



UNIVERSITAT
POLITÈCNICA
DE VALÈNCIA



UNIVERSITAT POLITÈCNICA DE VALÈNCIA

Escuela Politécnica Superior de Gandia

Descobrint Crevillent: estrategia transmedia local

Trabajo Fin de Máster

Máster Universitario en Comunicación Transmedia

AUTOR/A: Penalva Soler, Adrián

Tutor/a: Díez Somavilla, Rebeca

CURSO ACADÉMICO: 2021/2022

**A los que han confiado desde
el principio en “*Descobrint Crevillent*”.**
**A David Alfonso y a mi familia
por su incansable apoyo.**

RESUMEN

Este TFM tiene como punto de partida el proyecto “*Descobrint Crevillent*”, creado en 2017, en el que se da a conocer historia, lugares, curiosidades o personajes de la localidad alicantina de Crevillent. Actualmente el proyecto se enmarca en la creación de vídeos en formato cuadrado de un máximo 2 minutos de duración, con texto y sin locución, que pretende llegar a un número amplio de espectadores. El proyecto no quiere llegar solo a los vecinos, sino también a los foráneos, enfocado a todos aquellos que quieren descubrir y conocer más sobre la población. Con este proyecto se pretende ir más allá, y ampliar el tipo de contenidos generados bajo esta marca creando contenido transmedia: creación de un programa de reportajes para televisión, la edición de un libro donde se plasme por escrito todo lo que se ha ido difundiendo en el proyecto ya creado, creación de un podcast con entrevistas a figuras locales, planificación de conferencias, exposiciones, visitas guiadas o incluso un juego de mesa con el objetivo de conseguir fidelizar al público, y sobre todo, su interacción en la generación de nuevo contenido sobre la localidad de Crevillent.

Palabras clave: Crevillent, local, transmedia, contenidos, redes sociales.

ABSTRACT

This TFM will have as its starting point the “*Descobrint Crevillent*” project, created in 2017, in which the history, places, curiosities or characters of the Alicante town of Crevillent are made known. Currently the project is framed in the creation of videos in square format of a maximum 2 minutes duration, with text and without speech, which aims to reach a large number of viewers. The project does not want to reach only neighbors, but also foreigners, focused on all those who want to discover and learn more about the population. The aim of this project is to go further, and expand the type of content generated under this brand by creating transmedia content: creating a program of reports for television, publishing a book where everything that has been disseminated in the project already created, creation of a podcast with interviews with local figures, planning conferences, exhibitions, guided visits or even a board game with the aim of achieving audience loyalty, and above all, their interaction in the generation of new content on the town of Crevillent.

Key words: Crevillent, local, transmedia, content, social networks.

ÍNDICE

| | |
|--|-----|
| 1. Introducción..... | 05 |
| 1A. Objetivos..... | 06 |
| 1B. Metodología..... | 07 |
| 2. Crevillent: contexto histórico, social, político y económico..... | 09 |
| 2A. Fiestas de interés..... | 10 |
| 2B. Lugares de interés..... | 12 |
| 3. Descubrint Crevillent..... | 15 |
| 3A. Antecedentes..... | 15 |
| 3B. Descripción del proyecto..... | 18 |
| 3C. Colaboradores y fuentes documentales..... | 20 |
| 3D. Imagen de marca..... | 22 |
| 3E. Proceso de trabajo..... | 23 |
| 3F. Vídeos realizados..... | 28 |
| 3G. Redes sociales..... | 34 |
| 3H. Colaboraciones..... | 48 |
| 3I. <i>Feedback</i> de los seguidores..... | 55 |
| 4. Nuevos contenidos transmedia..... | 57 |
| 4A. Programa de reportajes..... | 59 |
| 4B. Podcast de entrevistas..... | 66 |
| 4C. Canal de Telegram..... | 68 |
| 4D. Edición de libro recopilatorio..... | 71 |
| 4E. Conferencias..... | 74 |
| 4F. Exposiciones..... | 76 |
| 4G. Paneles fotográficos..... | 78 |
| 4H. Visitas guiadas..... | 82 |
| 4I. Juego de mesa..... | 88 |
| 5. Conclusiones..... | 95 |
| 6. Bibliografía..... | 98 |
| 7. Apéndice..... | 105 |
| 8. Anexos..... | 108 |

I. INTRODUCCIÓN

El presente Trabajo Final de Máster nace a partir del proyecto "*Descobrint Crevillent*" creado en 2017, con el que se pretende dar a conocer la historia, la tradición, curiosidades, personajes o lugares interesantes y destacables de la localidad de Crevillent, situada en la provincia de Alicante.

La comunicación se realiza a través de publicaciones en diferentes redes sociales, cuyo contenido más destacado son piezas de vídeo de un máximo de dos minutos de duración. Lo que se pretende con el proyecto es dar a conocer la localidad desde un punto de vista diferente, aportando así valor al pueblo, y que, tanto vecinos como foráneos descubran todo lo que ha sido y es Crevillent.

"*Descobrint Crevillent*" nace con un punto de partida localista, poniendo en valor y ensalzando el sentimiento de pertenencia al pueblo, apoyándose en los sentimientos más profundos de pertenencia, que poco a poco se están perdiendo. Apostando por enfocarse desde un punto nostálgico a la vez que curioso por saber y conocer más sobre la historia o las tradiciones.

El proyecto se apoya principalmente en fuentes orales, gracias a personas naturales del municipio, sabedoras de historias y tradiciones, que de ninguna otra forma sería posible conocer y que acabarían cayendo en el olvido. Por tanto, pretende ser una especie de repositorio de todo ese conocimiento en formato audiovisual: breve, fácil de consumir por el usuario, a golpe de click. Y es con esto con lo que sigue llegar a un público mayor, principalmente más joven.

El proyecto pretende expandirse en diferentes soportes y plataformas, aumentando así su contenido y favoreciendo la creación de contenidos transmedia, para ampliar su público objetivo y potencial. Que sea este quien decida qué soporte quiere tomar a la hora de consumirlo, si solo uno de ellos o todos, independientemente del orden que decida elegir.

IA. OBJETIVOS

El objetivo principal de este Trabajo Final de Máster es crear una serie de contenidos transmedia en relación a la localidad de Crevillent bajo la marca "Descobrint Crevillent". Este proyecto se diversificará hacia diferentes formatos y soportes, consiguiendo así llegar a un mayor número de seguidores, siempre teniendo como base las propias redes sociales y la página web del proyecto.

En primer lugar, se ideará un programa de reportajes para su emisión en televisión en base a contenidos ya creados previamente en el proyecto y se definirá cuál será el programa piloto, explicar su dinámica y con qué secciones contará. También planificar la edición de un libro que recopile todos los textos utilizados en los más de 220 vídeos publicados hasta la fecha.

También se creará un podcast con entrevistas a figuras locales, planificación de conferencias, exposiciones, paneles fotográficos, visitas guiadas o incluso un juego de mesa. Todo ello con el objetivo de conseguir fidelizar al público, y sobre todo, su interacción en la generación de nuevo contenido sobre la localidad de Crevillent y mejorar así su promoción.

Por tanto, observaremos cómo a través de este variado contenido se consigue llegar a nuestro público objetivo, curioso por conocer más sobre la historia, tradición y cultura de Crevillent.

Los objetivos secundarios serán analizar la evolución de Crevillent en los últimos 50 años tanto social, política y económicamente. Explicar por qué nace el proyecto "Descobrint Crevillent" y analizar sus diferentes redes sociales, aportando datos cuantitativos sobre los resultados que consiguen los vídeos creados.

Además, conocer datos más concretos de cuál es su público objetivo: sexo, edad, lugar de residencia... Estos datos estadísticos nos aportarán una visión amplia

sobre quién es el usuario más interesado en nuestros contenidos, así como descubrir cuáles son los vídeos más reproducidos y cuáles son los que más interacciones han logrado.

IB. METODOLOGÍA

El método utilizado para este Trabajo Final de Máster ha consistido fundamentalmente en una investigación bibliográfica, a través de un análisis cualitativo apoyándonos en diversas fuentes, así como en contenidos originales.

El proyecto se ha dividido en tres puntos: una primera parte del trabajo teniendo como referencia el libro de José Sempere Pastor, "El municipio de Crevillent en el siglo XX", con el que se contextualiza la localidad de Crevillent tanto social, política y económicamente. Se incluyen diferentes lugares o fiestas destacadas que sirven como base para conocer algo mejor la localidad.

Por otro lado, la realización de un análisis cualitativo del proyecto "*Descobrint Crevillent*", creado en 2017, donde se explica cómo surgió, cuáles son sus objetivos, cuál es la forma de trabajar para la realización del diferente contenido audiovisual creado, así como las diferentes colaboraciones que se han llevado a cabo.

Además, se realiza un análisis cuantitativo de las diferentes redes sociales donde está "*Descobrint Crevillent*" (Facebook, Twitter, Instagram), así como su página web, utilizando herramientas estadísticas como son Metricool, Google Analytics o Histats. Se han elegido estas herramientas gratuitas debido a que las estadísticas facilitadas son las más completas y permiten un análisis más exhaustivo.

El último punto, está centrado sobre la creación de contenidos transmedia bajo la marca "*Descobrint Crevillent*" , donde se plantearán diferentes propuestas y contenidos transmedia apoyándose en diversos recursos bibliográficos como

“Narrativas transmedia” de Carlos A. Scolari, el artículo de Jenry Jenkins publicado en la revista MIT Technology Review, quien introdujo por primera vez el término transmedia, “Documentación y producción transmedia de contenidos audiovisuales” de Miquel Francés o recursos online de webs como Tiratu.com o Xataka.com.

2. CREVILLENT: CONTEXTO HISTÓRICO, SOCIAL, POLÍTICO Y ECONÓMICO

Crevillent es un municipio de 29.717 habitantes¹, situado en la provincia de Alicante, al sur de la Comunitat Valenciana. Pertenece a la comarca del *Baix Vinalopó*, junto a Elche y Santa Pola, y con una extensión de 103,30 km². La localidad limita al norte con la sierra del mismo nombre, que cuenta su pico máximo "La Vella" con 835 metros de altitud, y limita al sur con el parque natural de "El Fondo", que comparte con Elche. Cuenta además con varias pedanías: El Realengo, San Felipe Neri, El Barrio de la Estación, El Rincón de los Pablos y Las Casicas, que conforman todo su núcleo urbano.



Imagen 1: Vista panorámica de Crevillent. Autor: Adrián Penalva.

En las últimas décadas se han encontrado numerosos vestigios de diferentes civilizaciones, desde el Paleolítico Superior, el Bronce Antiguo, la ibérica, romana o musulmana siendo esta última la encargada de la fundación de la ciudad hasta

¹ INE. *Población de Crevillent según datos del padrón a fecha de 1 de enero de 2021.* <<https://www.ine.es/>> [En línea. Consultado el 18 de enero de 2022].

nuestros días, conocida en esta etapa como *Qaribliyan*. En 1296 fue conquistada por Jaime II y pasó a formar parte de la Corona de Aragón.

La economía crevillentina se ha basado principalmente en la industria de la alfombra², cuyo origen se remonta a la Edad Media con las manufacturas que se realizaban de esparto y junco y ocupando el primer lugar en producción y exportación nacional. Es a partir de 1920 cuando se moderniza gracias a la aparición de los primeros telares mecánicos y creando más tarde la Cooperativa Alfombrera Crevillentina. Fue hasta en la década de los 40 un gran periodo de prosperidad económica con una gran expansión que llegó hasta los 60, cuando se produce una nueva revolución con la importación de telares automáticos de Inglaterra y Bélgica.³

Las empresas alfombreras, unas 80 en la localidad en su mejor momento en el siglo XX, han llegado a contar con una producción de unos 4 millones de m² anuales. El 40% de lo que se producía se exportaba hacia los Estados Unidos, la Unión Europea y Asia. Por otro lado, también destacaba la agricultura, donde se cultivaban algarrobos, almendros, cítricos, viña, higueras, granados y hortalizas. Pero muchos de estos campos se han dejado perder por el suelo seco y árido debido a la falta de lluvia.

En cuanto a política, la localidad de Crevillent contó durante 24 años como alcalde, desde 1995 hasta 2019, con la figura de César Augusto Asencio (Partido Popular). Desde las últimas elecciones locales de 2019 existe una coalición de izquierdas, encabezada por *Compromís*, junto al PSPV-PSOE y *Unitat d'Esquerrres* (EUPV y ERPV), siendo alcalde actualmente José Manuel Penalva.

2A. FIESTAS DE INTERÉS

Crevillent cuenta con dos Fiestas de Interés Turístico Internacional, la Semana Santa desde 2011 y los Moros y Cristianos desde 2017. Esta distinción es otorgada

² WIKIPEDIA. Història de la catifa a Crevillent. <https://ca.wikipedia.org/wiki/Hist%C3%B2ria_de_la_catifa_a_Crevillent> [En línea. Consultado el 18 de enero de 2022]

³ UNIFAM. *El sector de la alfombra y moqueta en Crevillente. Historia y evolución*. <<https://unifam.es/historia/>> [En línea. Consultado el 18 de enero de 2022]

por el Ministerio de Industria, Turismo y Comercio del Gobierno de España a "aquellas fiestas o acontecimientos que supongan manifestaciones de valores culturales y de tradición popular, con especial consideración a sus características etnológicas y que tengan una especial importancia como atractivo turístico". ⁴

Las dos festividades son muy importantes en la localidad, ya que todos los vecinos se involucran durante semanas. La Semana Santa de Crevillent cuenta con más de 400 años de historia, ya que fue en el siglo XVII cuando nacieron las primeras cofradías y actualmente nos situamos en treinta. ⁵ Destaca sobre todo su imaginería, que cuenta con esculturas de Mariano Benlliure, Antonio Riudavets o Carles Flotats.



Imagen 2: *Filà* de hombres de la comparsa Omeyas en los Moros y Cristianos. Autor: Adrián Penalva

La fiesta de Moros y Cristianos se celebra desde 1965 y cuenta con el fervor de toda la población, que año tras año hace que esta fiesta sea más grande. Tiene 6 comparsas moras y 6 cristianas, que destacan por su elevada participación femenina. Se celebra el primer fin de semana de octubre en honor al patrón de la localidad, San Francisco de Asís.

⁴ BOE. Orden ITC/1763/2006, de 3 de mayo, por la que se regula la declaración de fiestas de interés turístico nacional e internacional. <<https://www.boe.es/buscar/doc.php?id=BOE-A-2006-10081>> [En línea. Consultado el 13 de febrero de 2022].

⁵ EL PERIÓDIC. *¿Por qué es tan especial la Semana Santa de Crevillent?* <https://www.elperiodic.com/crevillent/especial-semana-santa-crevillent_554924> [En línea. Consultado el 13 de febrero de 2022].

2B. LUGARES DE INTERÉS

Crevillent cuenta con diferentes lugares reconocibles y destacados, que son en algunas ocasiones un punto de reunión de los crevillentinos o de conocimiento de su historia y tradición.

- **Iglesia de Nuestra Señora de Belén**

Construida en 1828 por el arquitecto Miguel Francia, la iglesia es todo un referente de la localidad, se puede divisar desde casi cualquier punto y forma parte de la silueta de Crevillent. La plaza de la Constitución, que se encuentra frente a la misma, es el lugar de reunión de la mayor parte de las fiestas de la localidad.



Imagen 3: Iglesia de Nuestra Señora de Belén. Autor: Adrián Penalva.

- **Sierra de Crevillent⁶**

Pertenciente a los Sistemas Béticos está constituida principalmente por rocas calcáreas blancas liásicas y jurásicas. Su vegetación es escasa y predominan los pinos. Existen numerosas rutas de senderismo, bicicleta y barranquismo que atraen a gente de toda la península.

- **El Hondo**



Imagen 4: Parque Natural de El Hondo. Autor: David Alfonso.

El parque natural de El Hondo, perteneciente a Crevillent y Elche, forma parte de "*Parcs Naturals de la Comunitat Valenciana*". En 2021 se alcanzaron las cifras de 2019, con 34.806 visitantes⁷. Este humedal es característico por la presencia de la Cerceta Pardilla, siendo este uno de los hábitats de esta especie de ave más importantes de Europa.

⁶ LEVANTE-EMV. *La Sierra de Crevillent, uno de los enclaves más bellos e impactantes de la geografía valenciana*. <<https://www.levante-emv.com/branded-content/2020/07/30/sierra-crevillent-enclaves-bellos-impactantes-11101932.html>> [En línea. Consultado el 15 de mayo de 2022].

⁷ ONDA CERO. *El Parque Natural de El Hondo vuelve en 2021 a cifras de visitantes de antes de la pandemia*. <https://www.ondacero.es/emisoras/comunidad-valenciana/elche/noticias/parque-natural-hondo-vuelve-2021-cifras-visitantes-antes-pandemia_2022020261fa8619334ddc00011da630.html> [En línea. Consultado el 16 de mayo de 2022].

- **Museo arqueológico municipal**

El museo arqueológico municipal está situado dentro de la Casa del Parque, el cual tiene en su interior el despacho-laboratorio del Doctor Francisco Mas Magro, considerado el padre de la hematología. La colección arqueológica cuenta con vestigios del Paleolítico Superior, de hace más de 30.000 años, hasta el Islam. Diferentes moldes para hachas, espadas o una colección de 268 monedas de plata acuñadas en Roma.

- **Museo Mariano Benlliure**

Tiene una gran colección de obras del escultor valenciano Mariano Benlliure compuesta fundamentalmente por modelos y bocetos en escayola. Actualmente se exhiben 128 obras de las 332 que dispone el museo.



Imagen 5: Sala del Museo Mariano Benlliure. Fuente: Museus! de Crevillent.

- **Museo de Semana Santa**

El Museo de Semana Santa congrega diferentes pasos procesionales de la Semana Santa de Crevillent, algunas de ellas de Antonio Riudavets y Mariano Benlliure. Dispone de diferentes alturas donde poder ver desde todos los puntos de vista las obras.

3. DESCOBRINT CREVILLENT

3A. ANTECEDENTES

El proyecto "*Descobrint Crevillent*" nace en el año 2017 a partir de las reacciones vividas un año antes en la presentación en público del documental "*Tío Joano, el poderós*", el cual realicé junto a Vicent-Josep Pérez i Navarro, profesor de latín y griego del Instituto de Educación Secundaria Canónigo Manchón de Crevillent.

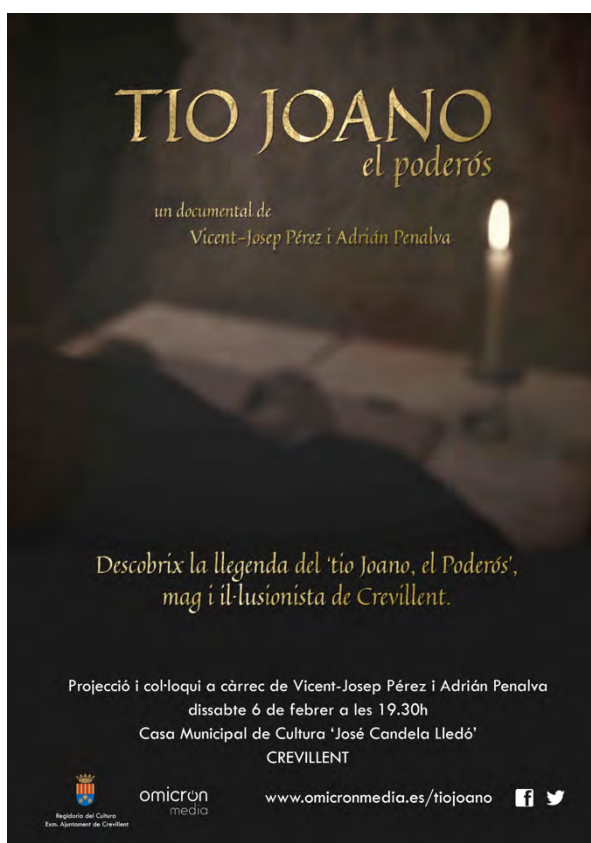


Imagen 6: Cartel proyección documental 'Tío Joano, el poderós'. Fuente: Adrián Penalva.

El documental hace un repaso a la leyenda transmitida oralmente con una mezcla de fantasía y magia del *tío Joano, el Poderós*, un hombre misterioso que apareció en Crevillent en el siglo XIX, de quien se han transmitido en el último siglo historias orales que son una mezcla de fantasía y magia. De este personaje se cuenta que era un ilusionista y adivinador, que podía transformarse en toro o clavel, convertir hojas de olivo en dinero o adivinar el número de la lotería. El documental pretende descubrir al personaje folklórico y al personaje real, mostrar qué se decía de él,

separando la ficción de la realidad, darlo a conocer entre las nuevas generaciones para evitar así su pérdida en el olvido.



Imagen 7: Proyección documental '*Tio Joano, el poderós*'. Fuente: Adrián Penalva

El documental se estrenó en la Casa de Cultura "José Candela Lledó" de Crevillent, completando el aforo del salón de actos. La presentación contó con una introducción en la que se dieron las ideas clave del personaje, su vinculación familiar y cuál fue el proceso de producción. Las reacciones no se hicieron esperar y el resultado generó una gran expectación. Estas fueron clave para darse cuenta de que la localidad de Crevillent necesitaba algún nuevo proyecto que diera a conocer la historia del municipio.



Imagen 8: Mensaje de @Adilimar sobre la proyección. Fuente: Twitter.

Maurice Halbwachs, ya en su obra “La memoria colectiva”, indicaba la importancia del por qué un pueblo debe conservar su memoria. El autor afirmaba⁸ que “estas tradiciones se mezclan y diversifican con las circunstancias e influencias modernas de nuestras vidas que terminan siendo algo completamente nuevo. Esa es en parte la razón por la que se ven amenazadas, y por la que comprendemos el porqué es importante que un pueblo conserve su memoria”. Por tanto, debemos conservar aquella historia que ayude a que el pasado no se pierda por la influencia del presente.

Fueron varios meses dándoles vueltas a una posible idea que pudiera satisfacer los intereses de los crevillentinos, y las ganas de conocer más sobre la tradición, la cultura e historia de la localidad. Estuve en un par de ocasiones reunido con diferentes jóvenes que también tenían el mismo sentimiento hacia el pueblo y llevaban otros proyectos a cabo, como una revista local o una web que daba a conocer noticias sobre jóvenes crevillentinos.

Antes del 2017 no existía ningún medio online que diera a conocer Crevillent, y menos su historia y tradición. Eran solo un par los que tenían un diario digital, que después desaparecerían o quedarían obsoletos; publicaban directamente las notas de prensa del propio ayuntamiento. Por tanto, se palpaba en los crevillentinos que echaban en falta un medio que diera a conocer su propia historia y tradiciones.

⁸ HALBWACHS, MAURICE (1950). *La Memoria Colectiva*. Editorial Miño y Dávila.

3B. DESCRIPCIÓN DEL PROYECTO

"*Descobrint Crevillent*" iba a ser en un principio un programa de reportajes que se irían lanzando semanalmente, que contaría con un presentador y diferentes secciones sobre historia, tradición, cultura, gastronomía o personajes. El principal referente para el tipo de reportajes que buscábamos era el programa "*El poble del costat*" o "*Trau la llengua*" de Canal 9, este último presentado por Eugeni Alemany, el cual conseguía transmitir de una manera cercana y divertida el origen y curiosidades de las palabras que se usan en las diferentes comarcas de la Comunitat Valenciana.



Imagen 9: Eugeni Alemany en "*Trau la llengua*". Fuente: Canal 9.

Fue finalmente cuando en 2017 se dio una vuelta a este concepto típico de reportaje y, dado el auge y popularidad que estaba consiguiendo el formato vídeo en las diferentes redes sociales se decidió ir por ese camino. Como indica Roldán (2016)⁹, la convergencia de nuevas tecnologías, la proliferación de servicios basados en la conectividad permanente, el auge del vídeo y las redes sociales hacen de la ubicuidad una condición innata para la generación de tribus digitales e híbridos en proceso de difusión y captura de información.

⁹ ROLDÁN ZULUAGA, SANTIAGO (2016). Community Management 2.0: Gestión de comunidades virtuales. Ecoe Ediciones.

Lo que se crea con el proyecto es una tribu digital, la cual se podría definir¹⁰ como un grupo de personas que comparte una idea, se reúne y es liderado por alguien. Y aquí es donde podríamos englobar el proyecto de "*Descobrint Crevillent*", una página que da información a un grupo de gente sobre Crevillent, comparten una idea común sobre la localidad, es un lugar de reunión, de interacciones y donde se comenta y aporta información a los demás usuarios.

Por tanto el proyecto pretende dar a conocer Crevillent desde las raíces más profundas: la tradición, la cultura y la base social en la que se ha asentado la localidad. Retornar a los sentimientos más intensos de pertenencia, de recordar aquello que ha sido y ya no es, de dar a conocer todas las historias que han tenido lugar en Crevillent y que van perdiéndose.

"*Descobrint Crevillent*" quiere ser un nuevo camino para evitar perder la esencia de lo que hemos sido como pueblo. Quiere recuperar y descubrir historias, lugares, curiosidades o personajes que, poco a poco, van quedándose en el olvido sin llegar a darse a conocer a las nuevas generaciones. Quiere ser un recordatorio de aquellas personas mayores y una base de información para los más jóvenes. Crevillentinos y foráneos con interés por saber, conocer o descubrir. El proyecto se indica como una iniciativa de Omicron Media, el nombre en el que he englobado mis proyectos en los últimos años, y *Jove Crevillent*, proyecto perteneciente a David Alfonso en el que daba a conocer noticias de la gente joven de la localidad.

Además, el proyecto no pretende solo dar a conocer historia o curiosidades, sino también que sean los propios crevillentinos los que participen aportando al proyecto mediante las diferentes redes sociales, contando sus experiencias y conocimientos sobre el pueblo mediante la interacción a las publicaciones de la página, así como animar a utilizar los *hashtags* #*VullDescobrir* y #*Crevillent*. Además, en el año 2019 el proyecto "*Descobrint Crevillent*" fue finalista en la 17 edición de los

¹⁰ GERTORMEXT (2020). *La tribu digital: una nueva forma para ganar clientes y amigos*. <<https://gextornext.es/tribu-digital-nueva-forma-ganar-clientes-amigos/>> [En línea. Consultado el 6 de diciembre de 2021].

Premios de la Juventud "Top Creation" que concede la Diputación de Alicante en la categoría de blogs.

Por tanto, para el proyecto se creó una página de Facebook, un perfil de Twitter, uno de Instagram y una página web (www.descobrintcrevillent.es), que detallaremos más adelante. El eje principal de estas plataformas será la publicación de vídeos de un máximo de 2 minutos con texto sobrepuesto y una música de fondo. Este formato, cada vez más difundido en las diferentes plataformas sociales surgió como inspiración de uno muy similar aparecido en la página de Facebook de Playground Magazine que trataba de vídeos breves con texto. El usuario podía ver el mensaje del vídeo sin tener que conectar el sonido.

Se eligió este formato porque, tal y como indica Díaz (2009: 67)¹¹: *"El vídeo invita a interactuar para compartir la diversión y es un nodo de conexión entre las distintas redes sociales"*. Es un formato cercano, directo, breve y que, cuando el usuario está viendo su *timeline*, al existir la reproducción automática, se detendrá a verlo debido al movimiento existente en este, y en la mayor parte de las ocasiones se parará a verlo completo. El formato cuadrado se utiliza para que el contenido complete la mitad de la pantalla y que el espectador no se pierda parte del contenido, así evitamos que este aparezca muy pequeño o que la pantalla de su móvil recorte parte de la imagen.

3C. COLABORADORES Y FUENTES DOCUMENTALES

El proyecto no sería lo que hoy día es si no hubiese contado con diferentes colaboradores o fuentes de información que han conseguido enriquecer el proyecto. Además muchos de ellos nos aportan archivos documentales, fotográficos o

¹¹ DÍAZ, R. (2009). *El vídeo en el ciberespacio: usos y lenguaje*. Comunicar, 18 (3), 67.

videográficos, que son considerados¹² como la memoria de las instituciones y las personas, se convierten en elementos imprescindibles de nuestras sociedades.

La búsqueda documental y de nuevas ideas para los vídeos la lleva principalmente David Alfonso, graduado en Turismo, quien ha trabajado como guía turístico por más de 20 países europeos. Está vinculado desde pequeño a Crevillent participando en innumerables actos litúrgicos y laicos. Es una figura clave en el proyecto dado su conocimiento en todas las fiestas, cultura y patrimonio de la localidad. Además, dada su participación en los diferentes actos y fiestas, guarda contacto con gran parte de buenas fuentes documentales de la localidad.

También cuento con la colaboración de Joan Ignasi Soriano, que es el encargado de traducir los textos de castellano a valenciano, además de realizar las correcciones y, en alguna ocasión, poner su voz para alguna locución. Ellos, junto a mí, somos los que llevamos principalmente el proyecto "*Descobrint Crevillent*".

Por otro lado, encontramos dos fuentes documentales importantes. Una de ellas es Vicent-Josep Pérez, quien fue mi profesor en las asignaturas de griego y latín cuando estudié el bachillerato en el Instituto Canónigo Manchón. Gran conocedor de Crevillent, quien ha realizado diversas publicaciones sobre la narración oral, tradición o cultura. Es una de las principales fuentes de información del proyecto, ya que desde hace décadas ha estado investigando fervientemente en todos estos temas y guarda un gran archivo fotográfico, videográfico y sonoro de testimonios de personas que actualmente ya no viven.

Otra de estas fuentes es el Archivo Municipal de Crevillent "Clara Campoamor", encabezado por la figura de Bibiana Candela, quien trabaja como archivera municipal. Gracias a ella podemos conseguir documentos inéditos que están almacenados en sus estancias. Allí se recogen¹³ documentos de valor histórico desde el siglo XVII, así como

¹² SERRANO MOTA, M^a DE LA ALMUDENA; GARCÍA RUIPÉREZ, MARIANO (1999). *El patrimonio documental, fuentes documentales y archivos*. Cuenca: Ediciones de la Universidad de Castilla-La Mancha.

¹³ AYUNTAMIENTO DE CREVILLEN. *Archivo Municipal de Crevillent*.

los fondos documentales particulares o de instituciones privadas, que han sido depositados o donados al Ayuntamiento de Crevillent, por su interés histórico y cultural.

Y por último, para poder documentarnos y contrastar la información de los diferentes vídeos se habla directamente con personas conocedoras del tema en cuestión, se revisa a través del buscador Google sobre posibles publicaciones relacionadas, artículos académicos o páginas webs y blogs o seguimos grupos de Facebook donde se comparten fotografías y vídeos, como es el caso del grupo "*Retratos de Crevillent i Crevillentins antigües*", que cuenta con más de 5.300 miembros.

Otras fuentes importantes son las revistas de Moros y Cristianos y Semana Santa (que se publica anualmente desde 1925). Incluyen artículos de los que a veces se extrae información que es interesante para los vídeos que realizamos. Por otro lado, encontramos diferentes libros que se han ido publicando en las últimas décadas de varios autores. (Ver anexo 1)

3D. IMAGEN DE MARCA

Para crear la imagen gráfica del proyecto se pensó desde el principio en la característica silueta de Crevillent, en la cual destaca su sierra en el fondo y el campanario de la iglesia de Nuestra Señora de Belén.

El primer logotipo, creado en 2017, mantenía las líneas de la silueta mencionada con un grosor menor. El texto en dos líneas, con la tipografía QuickSand, y una línea subrayando el nombre de la localidad. Todo sobre el color verde con el

<<https://www.crevillent.es/portal/archivo/>> [En línea. Consultado el 8 de diciembre de 2021].

código de colores en el sistema de numeración hexadecimal #01A89E. Este es el color en el que se centrará toda la identidad gráfica del proyecto.



Imagen 10: Primer logotipo de "Descobrint Crevillent" comparado con el actual. Elaboración propia.

Un par de años después, en 2019, se quiso re estilizar la imagen y, manteniendo la base de la que partíamos, se ensanchó el grosor de la línea de la silueta, se cambió la tipografía por Confortaa y se eliminó la línea que subrayaba.

3E. PROCESO DE TRABAJO

El proceso de trabajo para la realización de un vídeo nace a partir de una información que le llega a David Alfonso, algún comentario o publicación que considera de interés. Como comentábamos en el apartado 3B, se habla primero con diferentes vecinos de la localidad que tengan relación con el tema en cuestión. Pregunta, consulta e investiga. Revisa posibles artículos en internet, habla con Bibiana Candela, la archivera municipal, o revisa alguno de los libros y revistas que dispone en su estantería personal.

Una vez contrastado todo redacta un guion donde se pone la información por puntos en un documento que está compartido en Google Drive. Ahí tenemos un

archivo de texto donde se van incorporando todos los vídeos que están pendientes para hacer. Aquí David incluye un comentario en cada uno de los párrafos que corresponde a la imagen o vídeo asociado a ese texto, así se sabrá qué imagen irá acompañando a qué información. Se indica, además, la fuente original de todo el material que se usará.

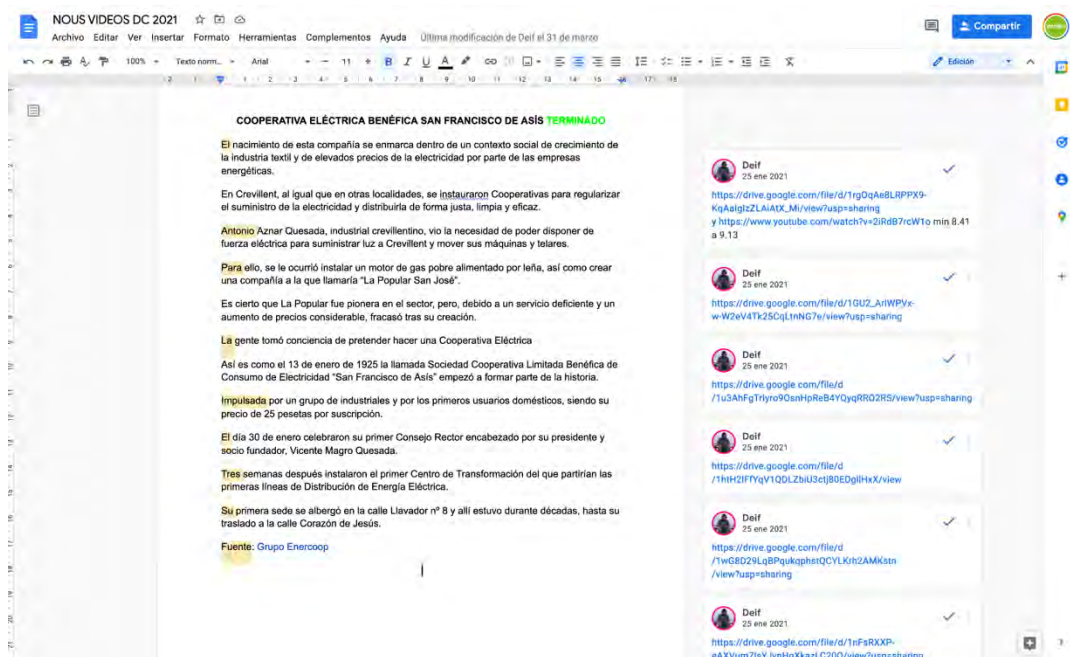


Imagen 11: Captura del documento de texto para uno de los vídeos. Fuente: *Descobrint Crevillent*.

El texto está en castellano y queremos publicarlo también en valenciano, por lo que es aquí donde entra la figura de Joan Ignasi Soriano, que se encarga de hacer la traducción y corrección de los textos al valenciano. Una vez revisados, me pasa el texto final.

Una vez tenemos todo el material necesario: textos, fotos, vídeos y música, es cuando ya puedo empezar a trabajar. Voy descargando todo el material recopilado por David y lo almaceno en una carpeta de un disco duro. Para trabajar utilizo un *Macbook Pro* y software de Adobe¹⁴, principalmente *Premiere*, *After Effects* y *Photoshop*. Este sistema operativo de Apple es el que mejor trabaja, por la calidad y

¹⁴ IONOS. *Los mejores programas de edición de vídeo de 2022 para aficionados y profesionales*. <<https://www.ionos.es/digitalguide/online-marketing/vender-en-internet/programas-de-edicion-de-video/>> [En línea. Consultado el 16 de junio de 2022].

capacidad de su memoria RAM, así como el software mencionado es el que más tipos de códecs y formatos compatibles tiene para poder trabajar de una forma profesional, óptima y fluida.

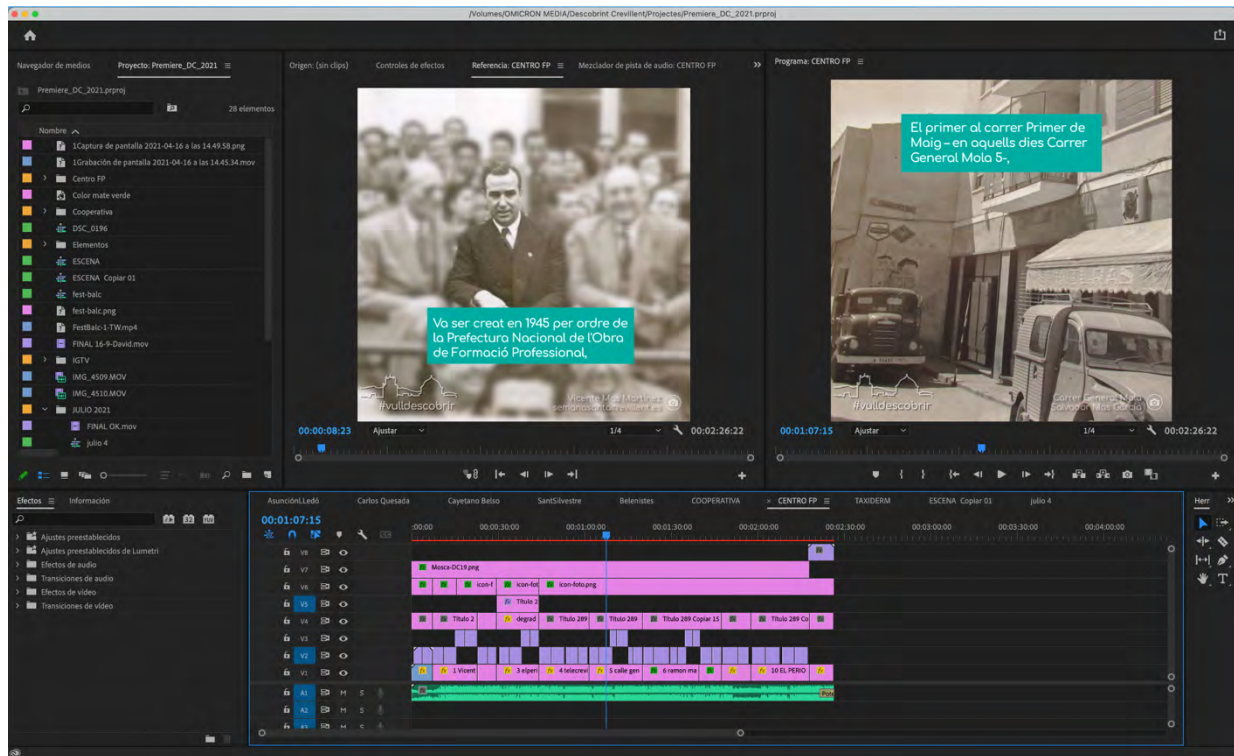


Imagen 12: Captura de *Premiere* con la edición de uno de los vídeos. Fuente: *Descobrint Crevillent*.

La edición del vídeo se realiza con Adobe *Premiere*, donde se crea una carpeta en la que se importa todo el material correspondiente al vídeo a realizar. Después se crea una nueva composición con las dimensiones correspondientes al vídeo en cuadrado (1500 x 1500 píxeles). Se van añadiendo todos los materiales en el orden establecido en el guion aportado por David.

A su vez, se trabajan las pastillas de texto en *After Effects*. Es aquí donde iremos creando una a una en base al diseño preestablecido anteriormente. Cada caja se ajusta a la cantidad de texto que se incluya. Se evita que tenga más de tres líneas de texto, ya que si no tapaná demasiado la imagen de fondo y podrá dificultar su lectura. También su duración dependerá de la extensión del mismo. Así como el cierre del vídeo, que incluirá información de la fuente y música utilizada.

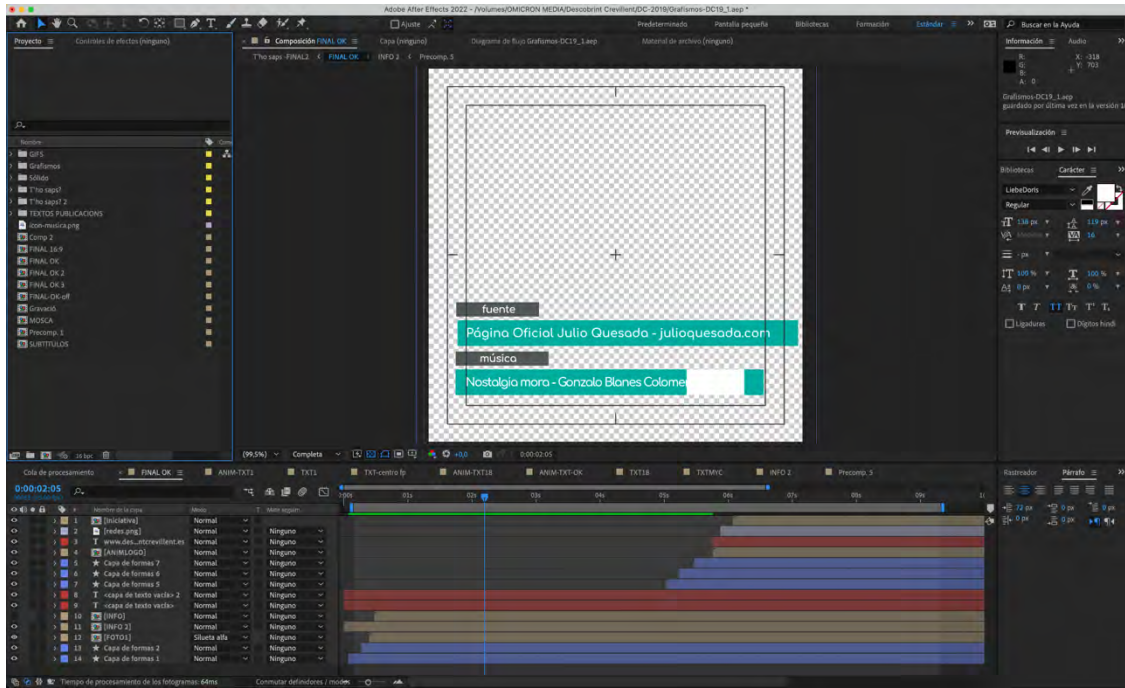


Imagen 13: Captura de *After Effects* con el grafismo final de los vídeos. Fuente: *Descobrint Crevillent*.

Seguimos con *Premiere*, incluyendo estos grafismos generados, los textos donde indicamos la fuente de cada uno de ellos y finalmente se añade la música y el cierre. Por último, el vídeo se exporta bajo el códec H264 en formato .mp4 para difundirlo en las diferentes plataformas.

Como el vídeo está en valenciano y queremos llegar a un público más amplio, se generan los subtítulos a través de YouTube. Esta plataforma nos permite, una vez subido a nuestro canal, en base al código de tiempo, incorporar el texto en otros idiomas.

Iremos marcando el inicio y final de cada texto, ajustándolo en base a las cajas de texto en valenciano que van apareciendo durante el vídeo. Una vez añadidos todos, generamos un archivo .rst con los subtítulos.

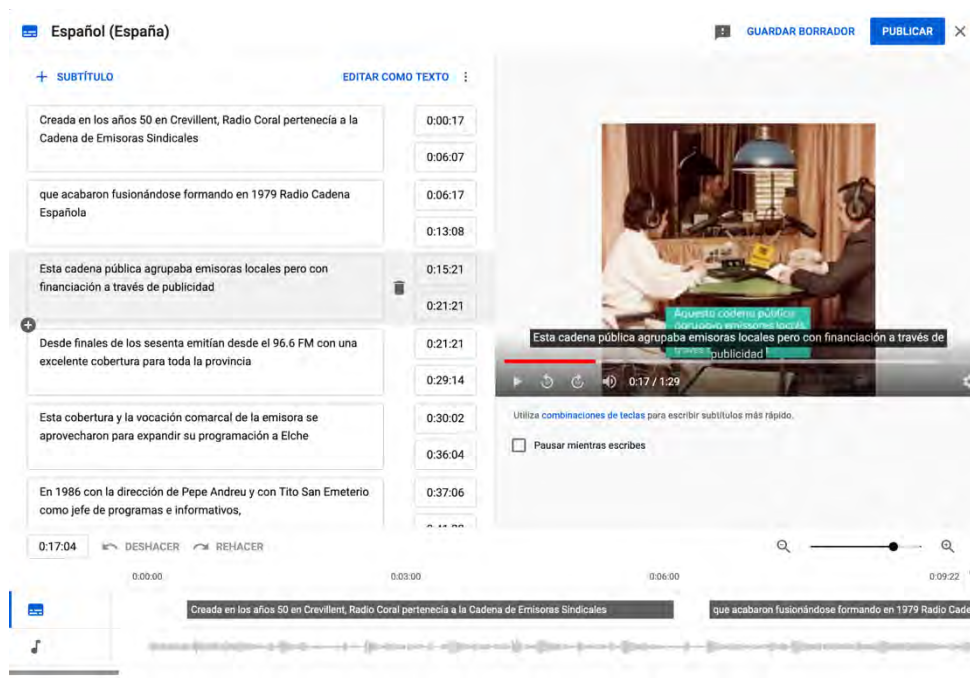


Imagen 14: Captura de YouTube con el generador de subtítulos. Fuente: *Descobrint Crevillent*.

Finalmente publicaremos el vídeo en las diferentes plataformas: YouTube, Facebook y Twitter. Creamos un *copy* que acompañe al texto y añadimos la información del vídeo junto a una miniatura. En Facebook se incluye además el archivo .srt generado en YouTube, donde cada usuario podrá elegir si ver los subtítulos, es decir, serán opcionales.



Imagen 15: Captura de Facebook subiendo un vídeo. Fuente: *Descobrint Crevillent*.

3F. VÍDEOS REALIZADOS

Desde la creación del proyecto en 2017 hasta el año 2021 se han realizado más de 225 vídeos. Todos ellos enmarcados en diferentes categorías: cultura, tradición, personaje, lugares o curiosidades. (Ver anexo 2)

Los vídeos genéricos, en cuadrado, contienen diferentes elementos: una serie de cajas de texto en valenciano en las que va apareciendo la información que se quiere dar, en base a lo recopilado por David Alfonso. En el margen izquierdo aparece una mosca con la imagen de la silueta de Crevillent, que forma parte del logotipo, junto al *hashtag* #vulldescobrir, del que hablaremos en más detalle en el apartado 3G. Por otro lado, en el margen derecho, se incluye un icono que cambia en referencia al tipo de material que estamos visualizando: una cámara para las fotos y un icono de *play* para los vídeos, junto a una breve descripción de lo que se ve en la imagen y la fuente de la misma.

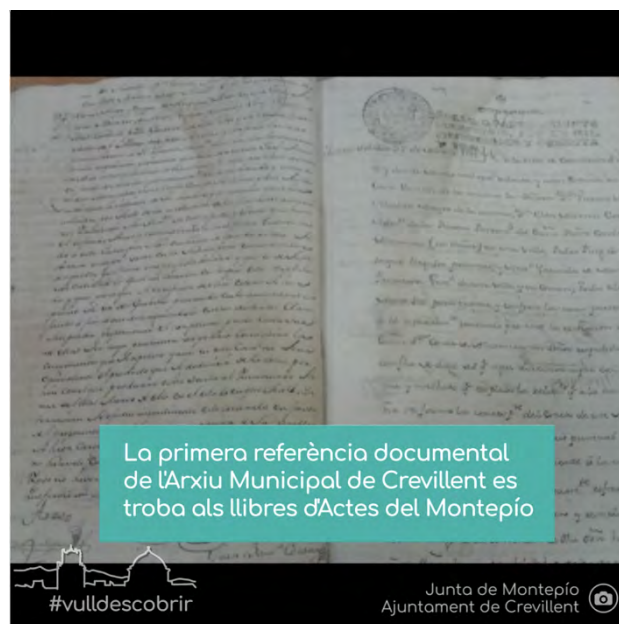


Imagen 16: Fotograma caja de texto vídeo "Descobrint Crevillent". Fuente: *Descobrint Crevillent*.

Al finalizar el vídeo pasamos siempre, mediante una pequeña transición, a una fotografía donde incluimos, además de la fuente de la misma imagen, la fuente general de la información que estamos dando, así como la música que ha estado sonando.



Imagen 17: Fotograma de las fuentes de vídeo "*Descobrint Crevillent*". Fuente: *Descobrint Crevillent*.

Por último, incluimos el cierre con el logotipo de "*Descobrint Crevillent*", indicando la página web, los iconos de las redes sociales donde nos pueden encontrar y el texto: Una iniciativa de, con los logotipos de Omicron Media y *Jove Crevillent*.



Imagen 18: Fotograma final vídeo "*Descobrint Crevillent*". Fuente: *Descobrint Crevillent*.

Pero este tipo de vídeos no han sido los únicos que realizamos. Hemos creado diferentes secciones más allá del formato antes mencionado:

- ***T'ho saps?* (¿Te lo sabes?)**

Este tipo de vídeos sigue la idea de un juego tipo trivial, donde se realiza una pregunta y se dan cuatro opciones posibles. Aparece una cuenta atrás de 10 segundos para dar tiempo a que piense el espectador cuál podría ser la respuesta. Finalmente se destaca la respuesta correcta y se desarrolla una breve explicación.

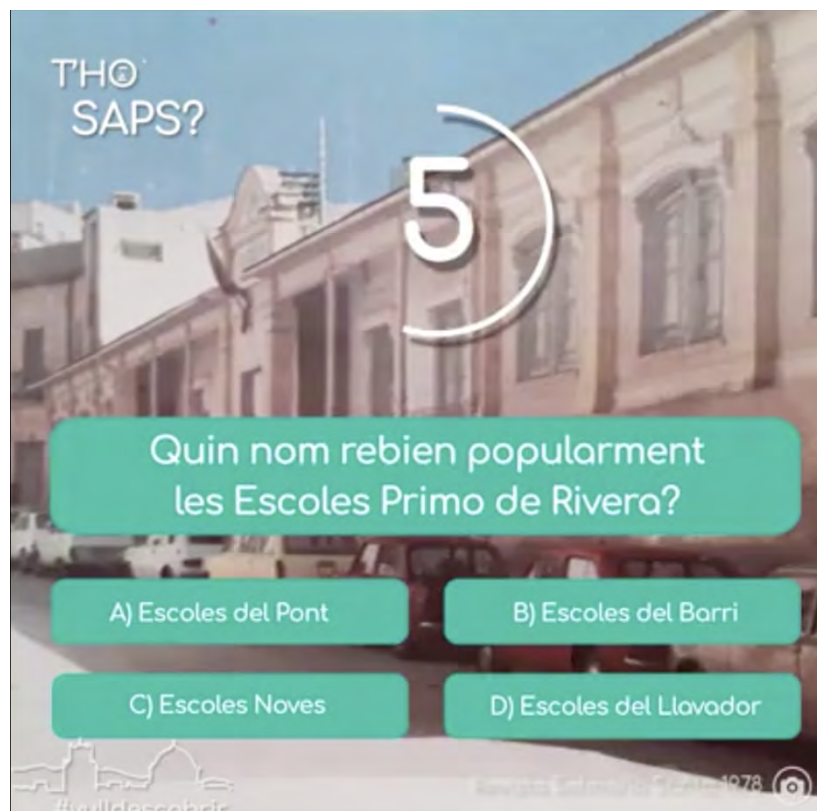


Imagen 19: Fotograma vídeo "T'ho saps?". Fuente: *Descobrint Crevillent*.

- ***Instants en el temps* (Instantes en el tiempo)**

Aquí el vídeo está realizado en 16:9, para poder así mostrar completas las imágenes. Vemos una fotografía antigua y a continuación, mediante un fundido, vemos cómo es ahora ese lugar. Las dos fotografías están tomadas desde el mismo punto de vista y comprobar cómo ha pasado el tiempo y los cambios que se han producido en este lugar.



Imagen 20: Fotogramas vídeo "*Instants en el temps*". Fuente: *Descobrint Crevillent*.

- ***A peu de carrer* (A pie de calle)**

Un viernes de mercadillo, micrófono en mano, se sale a la calle a preguntar sobre un tema concreto a los vecinos que van paseando por allí. Algunas preguntas realizadas han sido: ¿Dónde salían de fiesta cuando eran jóvenes, cómo celebraban la Navidad de pequeños en casa o a qué jugaban?



Imagen 21: Fotograma vídeo "*A peu de carrer*". Fuente: *Descobrint Crevillent*.

- ***Cuinant (Cocinando)***

En la Navidad de 2020 se pensó en dar diferentes recetas típicas de estas fiestas. 4 programas en los que se cocinaban 3 dulces y la comida típica el día de Navidad en Crevillent: *les pilotetes*. Este último plato contó con la colaboración del restaurante Estrella de África, que nos abrió su cocina para grabarlos.



Imagen 22: Fotograma vídeo "*Cuinant Pilotetes*". Fuente: *Descobrint Crevillent*.

- **Semana Santa y Moros y Cristianos**

Tanto Semana Santa¹⁵ como Moros y Cristianos¹⁶ de Crevillent son Fiestas Declaradas de Interés Turístico Internacional por lo que cada año se realizan una semana temática. Se realizan alrededor de 5 vídeos anuales por cada una de estas celebraciones, hablando de personalidades, curiosidades o historia.

¹⁵ DIARIO INFORMACIÓN. *La Semana Santa de Crevillent, una fiesta de Interés Turístico Internacional*. <<https://www.informacion.es/semana-santa/2018/03/23/semana-santa-crevillent-fieta-interes-8747885.html>> [En línea. Consultado el 2 de enero de 2022].

¹⁶ DIARIO INFORMACIÓN. *Los Moros y Cristianos de Crevillent, declarados de Interés Turístico Internacional*. <<https://www.informacion.es/baix-vinalopo/2017/10/26/moros-cristianos-crevillent-declarados-interes-5859867.html>> [En línea. Consultado el 2 de enero de 2022].

- **Difusión de fiestas locales**

Dado que el proyecto se enmarca en la difusión de la cultura y tradiciones de Crevillent, cada vez que hay alguna fiesta o acto, normalmente religioso, en las redes sociales de "*Descobrint Crevillent*" se publican fotografías, vídeos o incluso se realiza una emisión en directo a través de Instagram o Facebook para los seguidores.



Imagen 23: Fiesta de la Virgen de la Salud. Autor: Adrián Penalva.

- **Difusión de contenidos de televisión**

Desde el equipo de "*Descobrint Crevillent*" se está muy pendiente de si en alguna cadena de televisión estatal o autonómica emite algún contenido relacionado con la localidad. Este se descarga y se lanza desde la propia página para dar difusión al mismo. Destacan las visitas de programas de Televisión Española o À Punt, la televisión autonómica valenciana.

3G. REDES SOCIALES

Boyd y Ellison (2007) definen red social¹⁷ como un servicio que permite a los individuos construir un perfil público o semipúblico dentro de un sistema delimitado, articular una lista de otros usuarios con los que comparten una conexión, y ver y recorrer su lista de las conexiones y de las realizadas por otros dentro del sistema. Además, estas acaban construyendo una identidad colectiva y en muchas ocasiones actúan como vehículo de movilización social.

Es por ello que desde "*Descobrint Crevillent*" queremos unir a todos nuestros usuarios bajo un mismo pretexto: dar a conocer Crevillent y conectar a todos los que estén interesados en la localidad. Difundir su historia, personajes, fiestas o tradiciones para que cada vez más gente las conozca. Que también exista un *feedback* por parte de nuestros seguidores, crear una comunidad alrededor.

En España, según el 6º informe anual sobre Tendencias de redes sociales¹⁸ publicado en 2022 por *Hootsuite* y *WeAreSocial*, 41 millones de personas son usuarios en las redes sociales, un crecimiento que se ha visto incrementado en los últimos años ante la cantidad de plataformas que se van creando.

Según este estudio, la plataforma más utilizada por usuarios de entre 16 y 64 años es WhatsApp con un 91%, mientras que Facebook se queda en segunda posición con un 73,3%, tercera Instagram con un 71,7%, y en cuarto lugar encontramos Twitter, con un 46,7%.

¹⁷ BOYD, D. M. & ELLISON, N. B. (2007). *Social network sites: Definition, history, and scholarship*. *Journal of Computer-Mediated Communication*, 13 (1), article 11.

¹⁸ WEARESOCIAL. *Digital Report España 2022*. <<https://wearesocial.com/es/blog/2022/02/digital-report-espana-2022-nueve-de-cada-diez-espanoles-usan-las-redes-sociales-y-pasan-cerca-de-dos-horas-al-dia-en-ellas/>> [En línea. Consultado el 7 de marzo de 2022].

Redes sociales más utilizadas

Usuarios de internet entre 16 y 64 años

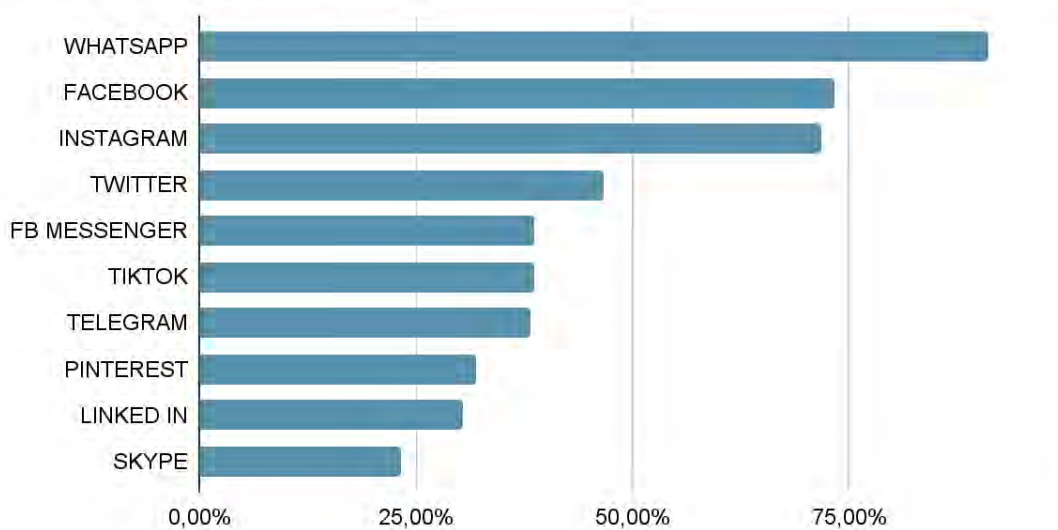


Gráfico 1: Redes sociales más utilizadas en 2022. Fuente: Hootsuite y WeAreSocial.

El proyecto está presente tanto en Facebook, Instagram y Twitter. Las dos primeras, como hemos visto en el gráfico, son las que tienen más presencia entre el público. Además, Instagram, según el estudio, se sitúa como la segunda red social favorita, por delante de Facebook, con un 21,4%.

● Facebook



Imagen 24: Portada de la página en Facebook de "Descobrint Crevillent". Fuente: Facebook.

La página de Facebook de "*Descobrint Crevillent*" abrió oficialmente el 22 de marzo de 2017, y hasta octubre de 2021 cuenta con 4.175 seguidores. En esta red social principalmente se publican los vídeos que creamos, teniendo una gran aceptación entre nuestros seguidores.

A continuación analizaremos algunos datos sobre la página. Los datos corresponden al periodo del 21 de noviembre de 2017 al 31 de octubre de 2021.

· Rendimiento de los vídeos

La página "*Descobrint Crevillent*", dentro del periodo mencionado anteriormente, alcanzó 635.700 minutos reproducidos, que hace un total de 10.595 horas. Cuenta con 87.900 interacciones totales y 935 seguidores netos.



Gráfico 2: Minutos reproducidos de los vídeos de "*Descobrint Crevillent*". Fuente: Facebook.

· Personas alcanzadas

Las personas alcanzadas en la página desde el periodo del 15 de noviembre 2019 al 31 de octubre de 2021 han sido 125.100 personas. Facebook no ha permitido recabar datos anteriores al inicio del periodo mencionado.



Gráfico 3: Personas alcanzadas en "Descobrint Crevillent". Fuente: Facebook.

· Sexo y edad

Respecto al sexo y edad de los seguidores de la página encontramos que la gran mayoría son mujeres, contando con un total de 2.453, frente a los 1.576 hombres. Por edades destacamos las franjas de 25 a 54 años, donde se encuentra el mayor número. Siendo la de 35 a 44 años en la que encontramos un mayor número, con un total de 1.012 personas, siendo 609 mujeres y 403 hombres.

| Edad | Mujeres | Hombres |
|--------|---------|---------|
| 13-17 | 2 | 1 |
| 18-24 | 90 | 52 |
| 25-34 | 459 | 322 |
| 35-44 | 609 | 403 |
| 45-54 | 576 | 354 |
| 55-64 | 426 | 237 |
| Más 65 | 291 | 207 |

Tabla 1: Número de seguidores en "Descobrint Crevillent". Fuente: Facebook 15/06/2022.

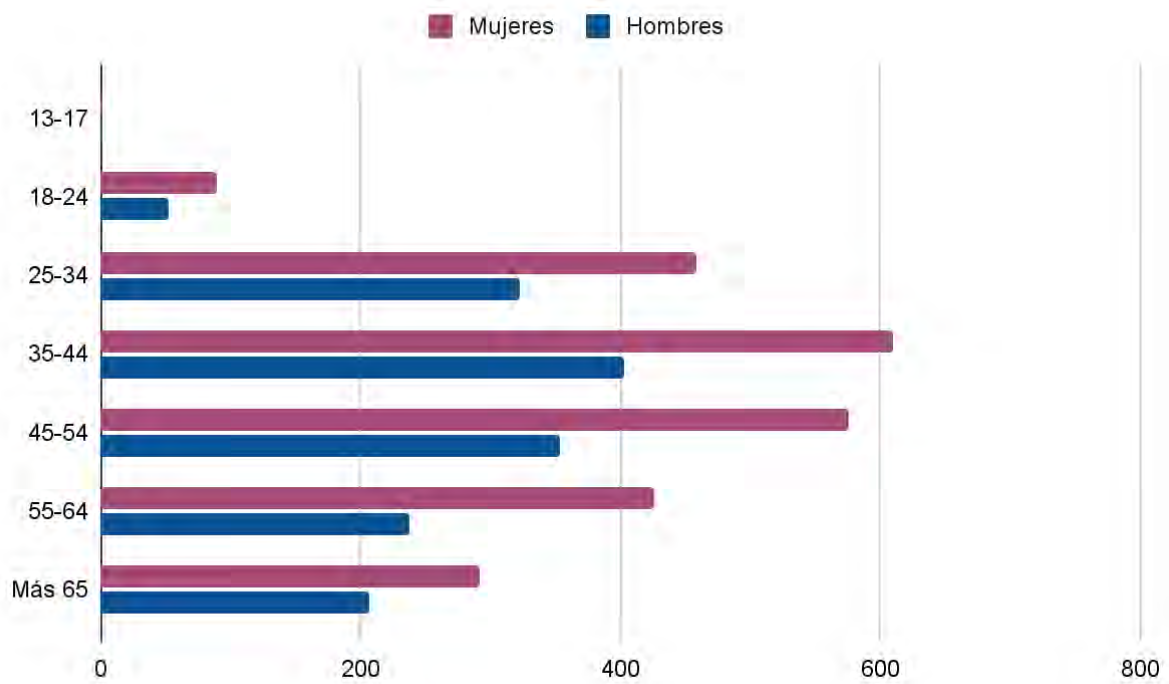


Gráfico 4: Seguidores divididos por sexo y edad en "Descobrint Crevillent". Fuente: Facebook 15/06/2022.

· Países

La página "*Descobrint Crevillent*" en Facebook no solo ha conseguido seguidores de España, sino que podemos encontrar de diferentes partes del mundo. Esto se debe a que muchos de ellos fueron residentes del pueblo o, incluso en algunos casos, los seguidores son descendientes de naturales de Crevillent que emigraron hace décadas.

El mayor número de seguidores se encuentra en España, con un total de 3.930, en segunda posición encontramos Francia con 39, Reino Unido con 17, Argentina con 11, México con 6, Colombia y Estados Unidos con 5 o Bélgica y Bulgaria con 4 seguidores.

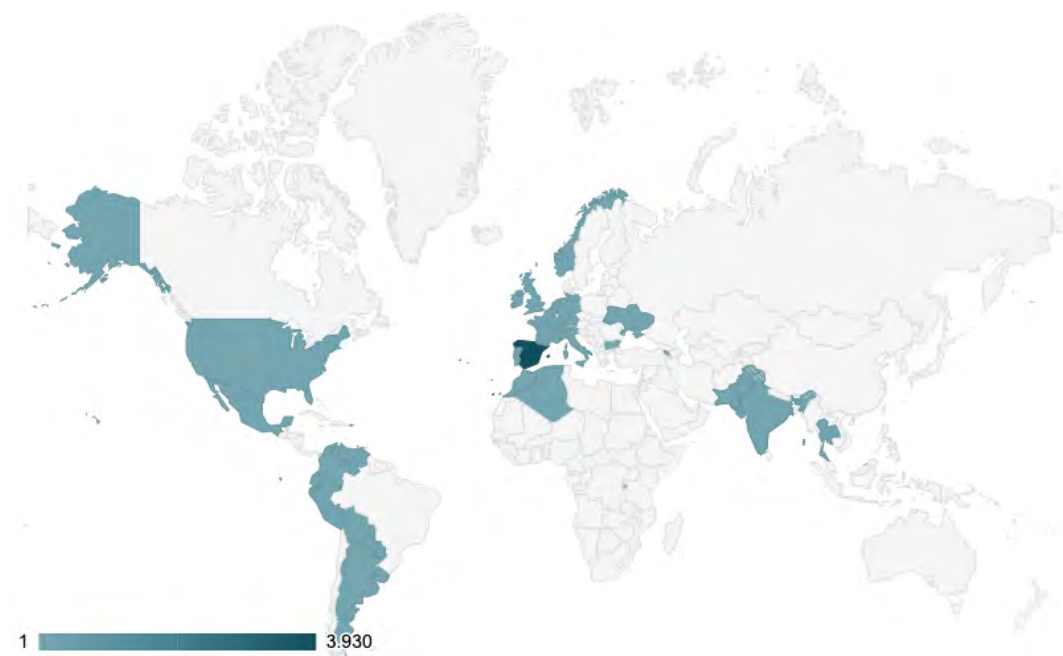


Gráfico 5: Países de procedencia de los seguidores de "*Descobrint Crevillent*". Fuente: Facebook 15/06/2022.

· Ciudades

Por último, dentro de nuestro país las ciudades donde más seguidores tiene la página la localidad de Crevillent se sitúa, lógicamente, en cabeza con 71,5%. En el ránking le sigue Elche (6,8%), Alicante (5,2%) y Albaterra (1,5), que son las ciudades más cercanas. Es destacable que encontramos 4 seguidores en ciudades como Londres o Estrasburgo.

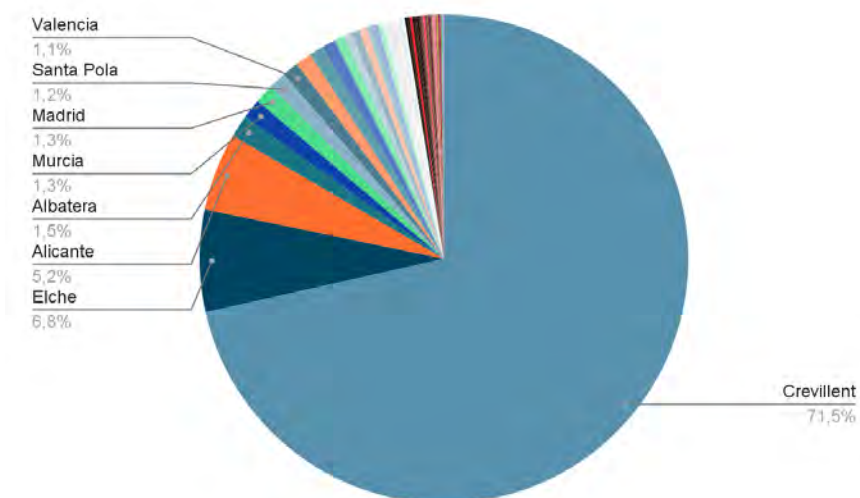


Gráfico 6: Ciudades de procedencia de los seguidores de "Descobrint Crevillent". Fuente: Facebook 15/06/2022.

· Contenidos

A continuación podemos observar una serie de ránkings en base a los 10 vídeos realizados con mayores interacciones, los más compartidos, con más comentarios y con más reproducciones. Los vídeos se han compartido en diversas ocasiones e incluyen la suma total.

| | Título del vídeo | Interacciones |
|----|---------------------------------------|----------------------|
| 1 | Moros i Cristians: Origen de la festa | 1249 |
| 2 | Lord Pepe | 1024 |
| 3 | Magrana Mare de Déu de l'Assumpció | 1021 |
| 4 | Setmana Santa: Tres Marías y San Juan | 941 |
| 5 | Cementeri Mudéjar | 939 |
| 6 | Dinar de Nadal | 913 |
| 7 | Tia Jacinta | 906 |
| 8 | Filadors i menadors | 897 |
| 9 | Sant Pasqual a Crevillent | 845 |
| 10 | Origen Mare de Déu de la Salut 1 | 843 |

Tabla 2: Top 10 vídeos con más interacciones. Fuente: Facebook 15/06/2022.

| | Título del vídeo | Compartidos |
|----|---------------------------------------|--------------------|
| 1 | Moros i Cristians: Origen de la festa | 661 |
| 2 | El Realengo | 401 |
| 3 | Cementeri Mudéjar | 397 |
| 4 | Doctor Mas Magro | 390 |
| 5 | Lord Pepe | 353 |
| 6 | Magrana Mare de Déu de l'Assumpció | 350 |
| 7 | Les coves | 309 |
| 8 | Dinar de Nadal | 294 |
| 9 | Tren Xixarra | 291 |
| 10 | Setmana Santa: Jesús Natzaré | 276 |

Tabla 3: Top 10 vídeos más veces compartidos. Fuente: Facebook 15/06/2022.

| | Título del vídeo | Comentarios |
|----|---|-------------|
| 1 | Sant Silvestre Crevillentina | 129 |
| 2 | Lord Pepe | 112 |
| 3 | Radio Luna | 111 |
| 4 | Tia Jacinta | 97 |
| 5 | Les bòvedes | 94 |
| 6 | Casino | 86 |
| 7 | Magrana Mare de Déu de l'Assumpció | 84 |
| 8 | Dinar de Nadal | 84 |
| 9 | Descobrint Crevillentins: El Calvari - Kini | 73 |
| 10 | La Rambla | 70 |

Tabla 4: Top 10 vídeos con más comentarios. Fuente: Facebook 15/06/2022.

| | Título del vídeo | Reproducciones |
|----|---------------------------------------|----------------|
| 1 | Moros i Cristians: Origen de la festa | 27609 |
| 2 | Cementeri Mudéjar | 23330 |
| 3 | Lord Pepe | 23130 |
| 4 | El Realengo | 19342 |
| 5 | Les coves | 18238 |
| 6 | Setmana Santa: Jesús Natzaré | 17763 |
| 7 | Magrana Mare de Déu de l'Assumpció | 16985 |
| 8 | Tren Xixarra | 16375 |
| 9 | Teatre Chapí | 16281 |
| 10 | Dinar de Nadal | 15646 |

Tabla 5: Top 10 vídeos con más reproducciones. Fuente: Facebook 15/06/2022.

Podemos observar que destacan las interacciones en los vídeos relacionados en las diferentes festividades importantes de la localidad, como Moros y Cristianos o Semana Santa, así como vídeos de lugares curiosos y que actualmente han desaparecido, como la discoteca Lord Pepe, el Teatro Chapí o el casino.

- **Twitter**



Descobrint Crevillent

@dCrevillent

Crevillentins amb ganes de conèixer més sobre el nostre poble. [#vulldescobrir](#)
[#Crevillent](#)

[Traducir la biografía](#)

📍 Crevillent, España 📅 Se unió en abril de 2016

60 Siguiendo **216** Seguidores

Imagen 25: Cabecera de la página en Twitter de "Descobrint Crevillent". Fuente: Twitter.

La cuenta de Twitter se creó en abril de 2016, aunque se inició junto al resto de redes sociales en marzo de 2017. Actualmente es una de las redes con menos interacciones, contando tan solo con 216 seguidores. Debido a las políticas de Anuncios Promocionados de Twitter¹⁹, la cuenta no cumple con los requisitos para ver las estadísticas, por lo que no es posible realizar un análisis de las mismas. Además, esta red social queda casi de manera residual por la falta de interacciones recibidas.

- **Instagram**

El perfil de Instagram se lanzó el mismo día que la página de Facebook, siendo la primera publicación que anunciaba este lanzamiento el 17 de marzo de 2017. Durante estos años hasta febrero de 2022, la página ha conseguido un total de 1664 seguidores.

¹⁹ TWITTER. ¿Qué son los Anuncios Promocionados? <<https://business.twitter.com/es/help/overview/what-are-promoted-ads.html>> [En línea. Consultado el 15 de mayo de 2022]



Imagen 26: Cuadrícula de imágenes del Instagram de *Descobrint Crevillent*. Fuente: Instagram.

· Edad y Sexos

La cuenta de Instagram tenía en el momento de hacer este trabajo 1.664 seguidores, los cuales son predominantemente mujeres con casi el 60%, comparado con los hombres que supera levemente el 40%.

Por lo que respecta a la edad, el mayor intervalo de seguidores está entre los 25 y 34 años, tanto en hombres como en mujeres, siendo el que menos en mayores de 65 años. Esto se debe a que Instagram es una red social más juvenil, y las personas de mayor edad prefieren Facebook.²⁰

²⁰ THE SOCIAL MEDIA FAMILY. VIII Estudio sobre los usuarios de Facebook, Twitter e Instagram en España. <<https://thesocialmediafamily.com/informe-redes-sociales/>> [En línea. Consultado el 8 de junio de 2022]

Seguidores de Instagram

1.664

Edad y sexo



Gráfico 7: Seguidores divididos por sexo y edad en "Descobrint Crevillent". Fuente: Instagram.

· Ciudades y países

En términos de lugar de residencia, el mayor número de seguidores son de Crevillent (53,5%), seguidos por Elche (2,9%), Valencia (1,6%), Madrid (1,1%) y Alicante (1%).

Principales ciudades



Gráfico 8: Seguidores según ciudad en "Descobrint Crevillent". Fuente: Instagram.

Por países, los seguidores de España son los mayoritarios (74,3%), seguidos de Estados Unidos, Portugal y Reino Unido (todos con un 0,2%) y Francia (0,1%).

Principales países



Gráfico 9: Seguidores según país en "Descobrint Crevillent". Fuente: Instagram.

● YouTube

Los vídeos producidos, además de publicarlos en las diferentes redes sociales anteriormente indicadas, se publican en YouTube. El canal es el de Omicron Media, nombre de la productora. En este sentido, los vídeos que se alojan en esta plataforma quedan a modo de repositorio y son embebidos directamente a través de una lista de reproducción en la página web.

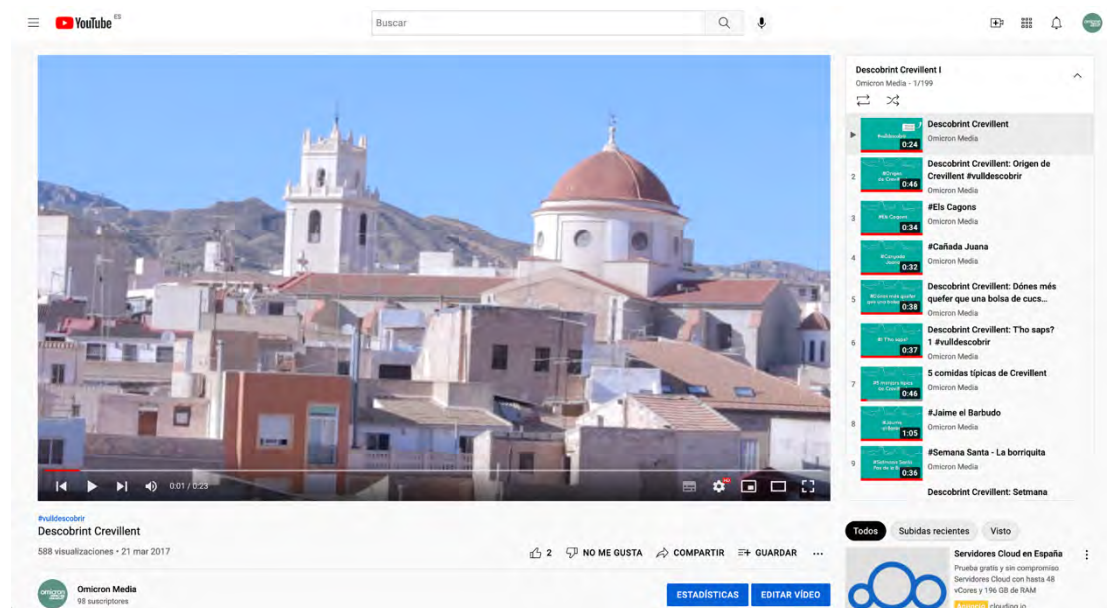


Imagen 27: Captura de la lista de reproducción de vídeos. Fuente: YouTube.

- **Página web**

La página web, cuya dirección es *www.descobrintcrevillent.es* se encuentra tanto en valenciano como en castellano. Principalmente se utiliza para incluir los vídeos realizados, así como información referente al proyecto. Incluye dos listas de reproducción con los más de 200 vídeos que se han realizado. Así como enlaces a las diferentes redes sociales.



Imagen 28: Página principal de la web de "Descobrint Crevillent". Fuente: Descubrint Crevillent.

- **La importancia del *hashtag***

Todas las publicaciones realizadas contienen dos *hashtags* que son claves en la difusión de los contenidos: #Crevillent y #vulldescobrir. Podríamos definir como *hashtag* a aquellas palabra o grupo de palabras que sirve como etiqueta de la publicación, precedida siempre del símbolo almohadilla (#) y de la cual se crea un hipervínculo que lleva a aquellas publicaciones que comparten el mismo *hashtag*.

Tal y como indica González (2017) 'El #hashtag ya tiene historia'²¹, su uso se popularizó en 2009 en Twitter, habiendo sido iniciado un par de años antes por los usuarios, pero aceptados por la compañía ese año con motivo de su popularidad. Además, indica que "la mayoría de los medios sociales se han ido incorporando de forma gradual al uso de los *hashtags*" y como afirma "se usa con dos finalidades: etiquetar y organizar contenidos y conversaciones, y como símbolo de una comunidad".

Fue en este segundo sentido, como símbolo de comunidad, por el cual desde "*Descobrint Crevillent*" se empezaron a utilizar los *hashtags* antes mencionados. El uso de #Crevillent se empezó a usar para generar contenido relacionado con la localidad ya que, en el momento del nacimiento de la página, existían escasas publicaciones relacionadas con ella. La idea principal era que si alguien, vecino o foráneo lo buscaba, encontrarse contenido de calidad y que se interesara por este.

Por otro lado, el *hashtag* #vulldescobrir se utilizó principalmente sobre el sentido primero que menciona Nieves González, este es organizar. Poder tener todo el contenido que generamos bajo una misma etiqueta y que cualquier persona que se interese por este pueda encontrar más contenido buscando estas palabras. Nos permite crear comunidad, por un lado, y por otro, hacer marca local. Que Crevillent tenga una marca potente y de calidad, que se conozca todo lo que tiene, ya que por desgracia, muchas veces, es complicado encontrar contenido en redes sobre la localidad.

3H. COLABORACIONES

Como comentábamos en el apartado anterior el uso del *hashtag* nos permite crear comunidad. La importancia de esto, tal como indica Carballar (2013: 36)²², se debe crear una comunidad de interés, que frecuentemente está basada en usuarios que quieren intercambiar experiencias, ideas e informaciones sobre un tema en

²¹ GONZÁLEZ, NIEVES (2013). *El #hashtag ya tiene historia. Anuario ThinkEPI 2014*. <<https://recyt.fecyt.es/index.php/ThinkEPI/article/download/29601/15708>> [En línea. Consultado el 13 de febrero de 2022].

²² CARBALLAR, JOSÉ (2013). *Social media: Marketing personal y profesional*. Madrid: Alpha Editorial.

particular. La creación de este proyecto, por tanto, sirve como punto de encuentro, como forma de exponer en común ese conocimiento que se tiene o darlo a conocer a aquellos que lo desconocen.

El propio autor comenta, además, que se debe “disponer de un soporte web con contenido interesante puede animar a terceros a incluirlo en sus aportaciones en medios sociales y mejorar de esta forma nuestra relevancia”. Es así como conseguimos, además, crear marca y definirnos como una figura relevante local. Es por ello que muchos de nuestros seguidores nos llegan a enviar información, fotografías o vídeos, quieren colaborar con “*Descobrint Crevillent*” de forma desinteresada, pudiendo ver su propio contenido en nuestra página.

Los lazos sociales pueden existir en internet y representan lugares donde conectan las personas con respecto a intereses compartidos, apoyo, sociabilidad e identidad (Wellman, 2000)²³. Es aquí, por tanto, donde se crean estos lazos que se afianzan de una manera sólida, debido a la calidad del propio proyecto y a la confianza que los mismos seguidores tienen del mismo.

Por tanto, comprobamos que entre las necesidades humanas existe el sentido de pertenencia, el sentido de formar parte de algo, de un grupo, una comunidad o una tribu, como lo define Godin (2008)²⁴.

Hemos pasado de las tribus indígenas del Amazonas, pasado por las tribus urbanas de las grandes urbes y hemos acabado por formar parte de una comunidad online. Como indica Delgado (2014)²⁵, “en la era de la comunicación global, nada es más poderoso que liderar una comunidad de personas apasionadas de una temática concreta y con ganas de hablar de ella” y es por ello que nuestro proyecto consigue enganchar a tanta gente.

²³ WELLMAN, BARRY (2000). *El análisis estructural de las redes sociales: del método y la metáfora a la teoría y la sustancia*. *Debates En Sociología*, (22), 47-97.

²⁴ GODIN, SETH (2008). *Tribus: Necesitamos que tú nos lideres*. Ediciones Gestión 2000.

²⁵ DELGADO, CARLA (2014). *El emprendedor digital*. Ebook. Plataforma Empresa.

Echar la vista al pasado, recordar o añorar. Es decir, jugamos también con la nostalgia. En muchas ocasiones revivimos recuerdos positivos e iconos culturales queridos del pasado, y esto es como un oasis de felicidad y calma nuestra estresada vida diaria. Los buenos recuerdos nos hacen sonreír, y eso nos deja más abiertos y receptivos a los mensajes que transmitimos. Ramos (2020)²⁶.

"*Descobrint Crevillent*" consigue tener un punto nostálgico, principalmente debido a que la mayor parte de nuestros seguidores tiene más de 35 años. En la página damos a conocer parte del Crevillent que fue hace décadas y que ha desaparecido. Vídeos, por ejemplo, como el de la extinta discoteca Lord Pepe consiguió ser uno de los más vistos del proyecto. Ver pág. 38 (Tabla 2: Top 10 vídeos con más interacciones).

Por tanto, comprobamos cómo el poder de nuestra comunidad reside en las personas que forman parte de ella. Para liderar tu comunidad online se debe estar también abierto a aceptar otros puntos de vista, permitir que los miembros intervengan y aporten su valor. De esta forma se podrá enriquecer su visión y lograr que la comunidad llegue más lejos. Delgado (2014).

- **Fotografías y vídeos**

Los propios seguidores son los que contactan con nosotros y nos envían imágenes tanto de lugares de Crevillent como durante las fiestas. La intención es que se publiquen en las diferentes redes sociales, siempre haciéndoles mención. Esta comunicación se establece directamente desde la propia red social, mediante mensaje privado, o bien desde el correo electrónico del que disponemos contacte@descobrintcrevillent.es en el cual nos envían un email con los archivos fotográficos adjuntos.

²⁶ RAMOS, JUANJO (2020). Nostalgia: el arma secreta del marketing. Ebook: Autopublicación.

- **Iniciativas durante el confinamiento**

Durante el confinamiento²⁷ que se produjo por la Covid 19 de marzo a junio de 2020 desde "Descobrint Crevillent" se quiso crear contenido que motivara a la gente a quedarse en sus casas. Para ello se pidió la colaboración de los vecinos y vecinas a través del hashtag #joemquedeacasa y #yomequedoencasa en la que nos enviaban fotografías de las calles de la localidad vacías, sin gente.



Imagen 29: Fotografías enviadas por los seguidores de la página. Fuente: *Descobrint Crevillent*.

También nos sumamos a la iniciativa *#FestivalDelsBalcons*²⁸ realizada el 19 de marzo del 2020 y promovida por la Federación de Sociedades Musicales de la Comunitat Valenciana (FSMCV) en la que músicos locales nos enviaban vídeos tocando sus instrumentos desde balcones o terrazas. Esto se realizó alrededor de todos los municipios de la Comunitat Valenciana, que tiene bastante tradición de bandas de música.

²⁷ RTVE.ES. *El Gobierno endurece el confinamiento y paraliza todas las actividades salvo las esenciales desde el lunes*. <<https://www.rtve.es/noticias/20200328/sanchez-anuncia-paralizacion-todas-actividades-salvo-esenciales-desde-este-lunes/2011000.shtml>> [En línea. Consultado el 2 de enero de 2022].

²⁸ LEVANTE-EMV. *Paquito El Chocolatero y Amparito Roca toman los balcones de Valencia*. <<https://www.levante-emv.com/valencia/2020/03/19/paquito-chocolatero-amparito-roca-toman-11590229.html>> [En línea. Consultado el 2 de enero de 2022].

Y siguiendo con la gran aceptación de los músicos creamos un nuevo *hashtag*: *#DescobrintCrevillentins*, en el que cualquier seguidor de la página podía enviarnos un vídeo interpretando una canción.



Imagen 30: Captura de un vídeo de *#FestivalDelsBalcons*. Fuente: *Descobrint Crevillent*.

● **Telecrevillent**

Desde la televisión local, Telecrevillent (actualmente perteneciente al grupo de telecomunicaciones Cableworld), se nos propuso que realizáramos una entrevista para dar a conocer nuestro trabajo. Es así como en octubre de 2020, en el magazine "L'Estoreta" nos realizaron una entrevista donde hablamos de cómo era el proceso de trabajo en "Descobrint Crevillent".

Por otro lado, en diciembre del mismo año participamos en el especial de Nochebuena que realizaron desde la emisora, donde presentamos en primicia algunos de los vídeos que más tarde publicaríamos en nuestra página.



Imagen 31: Fotograma entrevista en Telecrevillent. Fuente: Cableworld.

● Ayuntamiento de Crevillent

Dada la popularidad que han conseguido los vídeos que realizamos, el propio Ayuntamiento de Crevillent nos encomendó durante 2021 la realización de una serie de vídeos relacionados con la Semana Santa local. Para ello se mantuvo la idea inicial de los vídeos que realizamos, pero se creó un nuevo grafismo específico, incluyendo los escudos del ayuntamiento y la Federación de Cofradías y Hermandades de la Semana Santa de Crevillent.



Imagen 32: Capturas de los vídeos realizados para el Ayuntamiento de Crevillent. Fuente: *Descobrint Crevillent*.

● Organización “Llegada de los Reyes Magos a Crevillent”

“*Descobrint Crevillent*” participa en la organización de la “Llegada de los Reyes Magos a Crevillent”. Esta iniciativa²⁹ fue promovida inicialmente por el compañero David Alfonso, y en la que cuenta con el apoyo del Ayuntamiento de Crevillent a través de la Concejalía de Fiestas.

En esta los Reyes Magos de Oriente bajan la sierra de *La Vella* con su séquito una noche antes de la de Reyes y los niños ven sus luces desde la ciudad, haciendo que la emoción por ver cómo se están acercando les embargue. La primera edición fue en enero de 2021, debido a que no iba a hacer cabalgata de Reyes por la pandemia de Covid-19 y, dada la gran aceptación de los vecinos, ha contado con una segunda edición en enero de 2022.



Imagen 33: Cartel de “Llegada de los Reyes Magos a Crevillent” de 2022. Fuente: *Descobrint Crevillent*.

²⁹ CREVISIÓN. *El concejal de Fiestas, Josep Candela, ha anunciado que los Reyes Magos de Oriente visitarán Crevillent los días previos al día de Reyes.* <<https://crevision.es/noticias/2020/12/el-concejal-de-fiestas-josep-candela-ha-anunciado-que-los-reyes-magos-de-orient-visitaran-crevillent-los-dias-previos-al-dia-de-reyes-un-itinerario-de-actividades-que-comenzara-el-dia-1-y-que-fina/>> [En línea. Consultado el 23 de enero de 2022].

- **Podcast “En Sintonía Cofrade”**



Imagen 34: Logotipo “En Sintonía Cofrade”. Fuente: *Descobrint Crevillent*.

Durante el año 2021, por segundo año consecutivo por la Covid-19, no fue posible la celebración de los diferentes actos y procesiones de Semana Santa, a través del compañero David Alfonso realizamos desde "*Descobrint Crevillent*" un podcast centrado en ella. En total se realizaron 6 programas especiales bajo el título “En Sintonía Cofrade”, de una duración de entre 10 y 20 minutos cada uno y que contaron con la colaboración de la Cofradía Santísimo Cristo del Perdón y de la Buena Muerte y Regina Pacis y de Historia Semana Santa Crevillent. Así se continuó durante el año 2022 con una segunda temporada con otros 5 programas más, todos ellos disponibles a través de la plataforma Ivoox.

3I. INTERACCIÓN DE LOS SEGUIDORES

El *feedback* recibido durante todo este tiempo a través de las diferentes redes sociales ha sido casi semanal. La aceptación del proyecto entre los propios crevillentinos y crevillentinas ha sido muy notable, muchas veces aportando información nueva o preguntando dudas sobre historia del pasado de la localidad.

Pero el proyecto no se queda ahí, y es por ello que queremos destacar en este proyecto dos mensajes notables. Uno de ellos fue recibido este 2022 a través de la dirección que disponemos de correo electrónico (contacte@descobrintcrevillent.es).

Se trataba de una mujer francesa, que vive actualmente en Inglaterra y que es nieta de un crevillentino que emigró. Nos explicaba que gracias a los contenidos publicados a través de las redes sociales descubrió el pueblo de su abuelo y que gracias a ello decidió visitar Crevillent después de casi 40 años.

En el mensaje nos muestra una enorme gratitud hacia el proyecto "*Descobrint Crevillent*" y su deseo de seguir conociendo la historia de nuestro pueblo.

Y por otro lado encontramos los mensajes a través de Instagram de un joven de Cádiz, que desconocemos cómo encontró nuestro perfil, y que nos escribió en febrero de 2021 para felicitarnos por la idea del proyecto que habíamos tenido.

Meses después volvió a contactar para darnos a conocer que visitó la localidad, principalmente motivado por lo que había estado viendo sobre Crevillent en nuestras publicaciones de Instagram, a pesar de las malas conexiones de transporte entre Cádiz-Alicante.

Y este 2022 volvió a visitar Crevillent durante la Semana Santa, escribiéndonos de nuevo, y enviando diferente material gráfico para que compartamos en nuestra página. No descarta, comenta, volver a visitarnos para vivir también las fiestas de Moros y Cristianos el octubre próximo.

(Ver anexo 3)

4. NUEVOS CONTENIDOS TRANSMEDIA

Uno de los principales puntos de desarrollo de este Trabajo Final de Máster es la creación de contenidos transmedia basados en la marca "*Descobrint Crevillent*", pero para ello primero debemos conocer qué entendemos por transmedia.

El concepto transmedia fue introducido por primera vez en el año 2003 por Jenkins en un artículo publicado en la revista *MIT Technology Review*³⁰ donde afirmaba que "hemos entrado en una nueva era de convergencia de medios que vuelve inevitable el flujo de contenidos a través de múltiples canales". En ese año no existían las redes sociales, al menos tal y como las conocemos ahora, pero auguraba cómo un contenido podría saltar por diferentes canales o plataformas.

Una década después, Scolari (2013)³¹ lo completa y lo define como "un tipo de relato en el que la historia se despliega a través de múltiples medios y plataformas de comunicación y en el cual una parte de los consumidores asumen un rol activo en ese proceso de expansión". Es aquí donde juegan un papel fundamental las redes sociales, ya establecidas totalmente.

Pero actualmente no solo son los proyectos de ficción los que se desenvuelve en un mundo transmedia, sino que otro tipo de contenidos, como los documentales o los informativos, son los que intentan divergir entre los diferentes formatos, consiguiendo así llegar a un mayor público y adaptarse al lenguaje de los consumidores, que será diferente en cada una de las plataformas en las que se desarrolle.

Y es aquí donde queremos desarrollar el planteamiento de "*Descobrint Crevillent*", un tipo de contenido original en base a una idea que se quiere expandir en diferentes formatos y plataformas, consiguiendo así que la historia, la cultura o la

³⁰ JENKINS, HENRY (2003). *Moving characters from books to films to video games can make them stronger and more compelling*. *MIT Technology Review*. <<https://www.technologyreview.com/2003/01/15/234540/transmedia-storytelling>> [En línea. Consultado el 8 de diciembre de 2021].

³¹ SCOLARI, CARLOS A. (2013). *Narrativas transmedia*. Barcelona: Ediciones Deusto.

tradición de Crevillent esté más viva que nunca. Darla a conocer en todas sus posibilidades y que consiga llegar a un público mayor, de todos los rangos de edad. Que sea este el que decida qué camino escoger, o si decide pasar por todos los canales en los que el proyecto estará presente.

El proyecto "*Descobrint Crevillent*" puede dar mucho juego, pero hemos elegido una serie de formatos en los cuales se podría desarrollar.



Imagen 35: Proyecto transmedia de "*Descobrint Crevillent*". Elaboración propia.

El proyecto se inició con los vídeos breves de 2 minutos en formato cuadrado destinado para redes sociales. Estos vídeos forman parte del inicio del cual se va a desarrollar todo lo demás. Ha sido mucho trabajo realizado y con toda la información que ya disponemos puede dar lugar a otros muchos proyectos. Este contenido seguiría como hasta ahora.

Como disponemos de mucha información recopilada de los vídeos breves que realizamos para redes sociales, más de 200, se podrá hacer un programa de reportajes que amplíe toda esa información. Así como también un podcast, que estará más centrado en entrevistar a diferentes personalidades de la localidad, y un libro recopilatorio con toda la información que hemos ido recogiendo.

Por otro lado, pensamos que sería interesante crear un canal de Telegram, que pueda ayudar a difundir entre todos los seguidores aquellas novedades y eventos que puedan suceder en la localidad. Así como proponer diferentes charlas y exposiciones, o paneles fotográficos y un juego de mesa, que ayude a dar otra visión del pueblo para que se pueda conocer historia y curiosidades de la Crevillent jugando.

4A. PROGRAMA DE REPORTAJES

Para "*Descobrint Crevillent*" la primera idea que se tuvo cuando se empezó con el proyecto fue crear un programa de reportajes con la finalidad de difundirlo a través de internet. Finalmente esta idea se descartó por su inviabilidad, tanto por el equipo que se requería como por el coste que suponía.

Es por ello que dada la gran aceptación que ha tenido el proyecto, tal y como lo conocemos, uno de los primeros contenidos transmedia que se plantea es el programa de reportajes. Queremos recuperar la idea base de la cual surgió el proyecto y poder llevarlo a cabo. El principal referente, como hemos comentado anteriormente, sería el clásico de Canal 9 "*Trau la llengua*", que pasaría más tarde a À Punt después del cierre en 2013 de la televisión autonómica valenciana³².

Como indica Marín (2017)³³ podremos definir el tipo de reportaje que realizaremos dentro de los géneros interpersonales periodísticos, que es cuando en la información participan dos o más profesionales. Cada uno de ellos tendrá que responder a una sola línea o a un solo objetivo, cada tema tratado será independiente e informará un hecho de la forma más objetiva posible, siempre en base a la información que dispongamos, y siempre habrá un conocedor del tema como referente que actuará como experto.

³² EL PAÍS. *El Gobierno valenciano funde a negro Canal 9 tras 12 horas de resistencia*. <https://elpais.com/ccaa/2013/11/29/valencia/1385682957_965043.html> [En línea. Consultado el 13 de mayo de 2022].

³³ MARÍN, CARLES (2017). *El informativo de televisión: Producción, guión y edición audiovisuales*. Barcelona: Editorial Gedisa.

Por tanto, la principal idea del proyecto será ampliar toda esa información de la que ya disponemos y que hemos ido recopilando mediante las diferentes piezas breves que se han ido publicando en "*Descobrint Crevillent*" durante estos años. Los más de 200 vídeos creados nos permitirían realizar un reportaje ampliado de cada uno de estos temas, entrevistando a expertos que nos permitirían completar la información.

- **El programa**

El programa se realizará íntegramente en valenciano, tendrá una duración de 15 minutos y será presentado por una pareja de profesionales periodistas crevillentinos.

El programa empezará con la cabecera y un sumario que introducirá cada uno de los temas que tratará en cada episodio. Habrá un reportaje más amplio general, que irá desarrollándose en 4 bloques y entre cada uno de ellos habrá una sección independiente. Las secciones no serán siempre las mismas en cada uno de los programas, sino que irán alternándose semanalmente.

La idea inicial es que cada temporada contenga 10 programas que se lanzarán semanalmente en las cuentas oficiales de "*Descobrint Crevillent*" a través de las diferentes redes sociales, así como en la propia televisión local Telecrevillent.

La sección que vertebra todo el programa se llamará "*Hui descobrim...*". El planteamiento para estos 10 primeros programas serán los siguientes temas:

1. Origen de Crevillent
2. *El Fondo*
3. *La Serra de Crevillent*
4. Las iglesias de la localidad
5. Las bandas de música

6. Muhammad Al-Shafra
7. Las alfombras
8. Las pedanías de Crevillent
9. Origen de los Moros y Cristianos de Crevillent
10. Evolución de la Semana Santa de Crevillent

En estos programas habrá diferentes secciones que se irán intercalando en cada bloque de la sección "*Hui descobrim...*". Algunas de ellas vienen de las que ya ya realizamos para redes sociales. La idea sería completarlas con más contenido, así como incluir otras nuevas. Estas son:

- *A peu de carrer* (A pie de calle): Sección que emula la que actualmente ya trabajamos desde las redes sociales. Se pregunta a los crevillentinos y crevillentinas a pie de calle sobre un tema, que puede ser actual o no.Cuál es su opinión sobre este o si conocen y qué piensan de ello.
- *Instants en el temps* (Instantes en el tiempo): Se compara mediante dos imágenes el pasado y presente de Crevillent. El punto desde donde se tome la imagen actual será exactamente desde el mismo punto donde se tomó la fotografía del pasado. Con ello se podrá ver cómo ha pasado el tiempo en ese punto exacto y cómo ha evolucionado la localidad.
- *Amb nom propi* (Con nombre propio): Sección que se centra en personajes que han sido relevantes y que forman parte de la historia de Crevillent. Estos serán de todos los ámbitos: científicos, políticos, históricos... Nombres como el hematólogo Francisco Mas Magro, el bandolero Jaume *el barbut* o el escultor Mariano Benlliure, autor de gran parte de la imaginería de Semana Santa.
- *Sabies què?* (¿Sabías qué?): Sección que cuenta curiosidades sobre cosas muy concretas y que son en su mayor medida desconocidas por todos los vecinos. Pueden ser sobre un lugar concreto, un personaje o bien un hecho histórico del

cual se tiene información pero no es suficientemente extenso el tema para desarrollarlo dentro de la sección principal.

- *La paraula* (La palabra): El habla de Crevillent, como otras poblaciones, es característica. Se quiere hacer un repaso por el origen etimológico de diferentes palabras.
- *Açò era una vegada...* (Esto era una vez): Esta sección tendrá una pequeña animación en *motion graphics* en la que se contará a través de una voz en off una *rondalla* a modo de cuento.
- *Cuinant* (Cocinando): Tal y como mostramos en las redes sociales, la sección del programa también contará con recetas de platos típicos crevillentinos. Se preparará todo tipo de platos, tanto dulces como salados. Se podrá contar con la colaboración de diferentes restaurantes o panaderías de la localidad que será quienes elaboren la receta.
- *La cançoneta* (La cancioncita): Las canciones típicas de nuestros mayores se están perdiendo y esta sección pretende recuperarlas. Serán ellos los que canten delante de la cámara al ritmo de la música de instrumentos como la *dolçaina* o el *tabalet*.

● El equipo

El programa contará con un equipo técnico reducido que contará con los dos periodistas que presenten el programa, quienes desarrollarán también los diferentes temas del programa, dos cámaras, un sonidista y una persona que se encargará de llevar a cabo la edición y post-producción del programa.

Por lo que respecta al material técnico serán dos cámaras DSLR Sony a7 III, cuatro micrófonos de solapa inalámbricos y dos focos con luz led que ayudarán a iluminar aquellas grabaciones que se lleven a cabo en interiores.

Además, el programa tendrá un colaborador fijo que irá desvelando diferentes curiosidades e historia de la localidad. Se trata del profesor de griego y latín del Instituto Canónigo Manchón de Crevillent, quien ya ha colaborado en diferentes ocasiones con el proyecto o co-dirigiendo el documental *"Tio Joano, el poderós"*.

Para la edición del proyecto se llevará a cabo mediante la suite de Adobe, haciendo uso de un ordenador MacBook Pro con los programas de edición de vídeo Adobe Premiere, After Effects para crear los grafismos, cabeceras y animaciones, Photoshop para la edición de imágenes y Audition para la edición de sonido.

- **Imagen gráfica**

A continuación podemos ver una propuesta de grafismo para el programa. Es esta podemos observar el diseño que tendrá, acorde a la imagen gráfica ya establecida previamente en el proyecto. Mantiene el mismo tono verde, así como la tipografía utilizada.





Imagen 36: Propuesta gráfica para el programa "Descobrint Crevillent". Elaboración propia.

- **Vídeo promocional**

Para promocionar el programa se realizará un vídeo que incluirá imágenes de la localidad, algunas de ellas a vista de dron. A estas les acompañará una voz en off que contendrá el siguiente texto:

Al sud de les terres valencianes, sota l'atenta mirada d'una serra banyada pel sol mediterrani, s'alça un poble amb la seua gent.

Un poble de grans i sentides festes, de dolça i estimada llengua, que amb germanor ompli els carrers de llum, color i música, però també de silenci, recolliment i passió.

A la falda d'unes muntanyes, amerada de records, de telers gastats, d'espart treballat amb les mans, de veus corals, d'habitatges peculiars, i

d'herència del contacte entre les cultures musulmana i cristiana es configura una localitat única i singular: Crevillent.

Darrere de cada pedra, de cada carrer, de cada menjar... Darrere de cada malnom, de cada paraula, darrere de cada festa...s'amaga tot un tresor de passat per recuperar, per mantenir viu en el present i projectar cap al futur.

Aquesta és la nostra història. Açò és Descobrint Crevillent. Tenim molt a contar. Ens hi voleu acompanyar?

- **Escaleta del primer programa**

Modelo y ejemplo de la estructura de uno de los programas a través de la escaleta del mismo:

| Bloque/Sección | Contenido | Tiempo |
|-----------------------------|---|--------|
| Introducción | Presentadores introducen el programa | 1' |
| Cabecera | Título " <i>Descobrint Crevillent</i> " | 15" |
| Sumario | Temas que van a tratarse en el programa | 30" |
| <i>Hui descobrim...</i> (1) | Introducción al tema principal del programa | 3' |
| <i>Cuinant</i> | Receta de un plato típico de Crevillent | 2'30" |
| <i>Hui descobrim...</i> (2) | Se sigue dando información del tema | 2' |
| <i>Sabies qué?</i> | Curiosidades sobre algo de la localidad | 1'30" |
| <i>Hui descobrim...</i> (3) | Conclusiones sobre el tema principal | 3'30" |
| <i>Amb nom propi</i> | Presentación de uno de los personajes | 2' |
| Créditos | Créditos finales y <i>copyright</i> | 15" |

Tabla 6: Ejemplo de escaleta para el programa "*Descobrint Crevillent*". Elaboración propia.

Como vemos el programa empezaría directamente con una introducción donde los presentadores introducirán el contenido de ese programa, seguido de la cabecera

y sumario. La sección "*Hui descobrim...*" se iría desarrollando en cuatro partes, y entre ellas se irían introduciendo diferentes secciones. Estas irán alternándose entre los diferentes programas, para no ser repetitivos. Las secciones que aparezcan en el primer programa no volverán a aparecer hasta varios programas después. Finalmente, acabaremos con los créditos.

4B. PODCAST DE ENTREVISTAS

Tal y como indica Izuzquiza (2019)³⁴, podemos definir podcast como "una serie de audios subidos a internet" y a la que completaríamos con "distribuidos a través de una plataforma, puede ser gratuito o de pago", dada la evolución que han seguido estos en los últimos años.

El término *podcasting* fue utilizado por primera vez por Hammersley (2004) en el diario *The Guardian*³⁵. Fue quien dio nombre a esto nuevo que surgía, que mezcló los términos *pod*, parte del iPod de la marca Apple, muy usado entonces en Estados Unidos, y *broadcasting* (difusión) donde se hablaba de una "revolución del audio amateur".

En los últimos años los podcasts han conseguido asentarse³⁶ como una forma más de consumo, principalmente debido al confinamiento por la covid-19 en el año 2020. Empezaron siendo simplemente un servicio de programa de radios a la carta, pero han sabido reformularse creando programas propios de cualquier temática y dirigido a cualquier público. Se podría decir que hay un podcast centrado en cualquier *target* específico.

Este auge ha sido también gracias a diferentes plataformas, algunas que ya estaban ahí como Ivoox o Spotify, y otras que han ido creándose recientemente como Audible de Amazon o Podimo. Estas dos últimas han sabido aprovecharse también de

³⁴ IZUZQUIZA, FRANCISCO (2019). *El Gran Cuaderno de Podcasting*. Madrid: Kailas Editorial, SL.

³⁵ THE GUARDIAN. *Audible revolution*. <<https://www.theguardian.com/media/2004/feb/12/broadcasting.digitalmedia>> [En línea. Consultado el 15 de mayo de 2022].

³⁶ LA VANGUARDIA. *El poder de la palabra: la era del 'Podcasting'*. <<https://www.lavanguardia.com/vida/20210126/6199831/palabra-podcasting-brl.html>> [En línea. Consultado el 15 de mayo de 2022].

los audiolibros para ofrecer un contenido más completo a sus usuarios, ya que ambas ofrecen tan solo un servicio de suscripción en el cual el oyente deberá pagar una cuota mensual para poder disfrutarlas.

- **El podcast**

El programa se publicará en la cuenta que dispone Omicron Media en Ivoox, donde se ha ido alojando el podcast "En Sintonía Cofrade", dentro del propio canal de "Descobrint Crevillent"³⁷.

Contará con un total de 10 episodios, centrados cada uno en un tema general que se irá desarrollando principalmente a través de una entrevista a un experto o con un profesional que tenga relación con lo que se está contando. Tendrá una duración aproximada de 20 minutos y estará presentado por Joan Ignasi Soriano, colaborador del proyecto.

Estos expertos son:

1. Ramón Mas Soler, músico y compositor.
2. Vicent-Josep Pérez i Navarro, profesor y experto en tradición e historia local
3. Bibiana Candela, directora del Archivo Municipal.
4. Francisco Polo, expresidente de la Cofradía y Hermandades de la Semana Santa de Crevillent.
5. José Ángel Asencio, expresidente de la Asociación de Fiestas de Moros y Cristianos de Crevillent.
6. José Quesada, licenciado en Historia, especializado en prehistoria.
7. José Ramón Mas, experto en el acuarelista Julio Quesada.
8. Concha Gilabert, profesora y experta en tradición oral crevillentina.
9. Eloy Candela, exconcejal y experto en las fiestas locales.
10. Julio Trelis, arqueólogo municipal y director del Museo Mariano Benlliure.

³⁷ IVOOX. Canal de "Descobrint Crevillent". <https://www.ivoox.com/podcast-descobrint-crevillent_sq_f11192064_1.html> [En línea. Consultado el 17 de mayo de 2022]

- **Guion programa piloto**

El programa piloto versará sobre el crevillentino Ricardo Tejada Marcos y sobre la música e himnos compuestos por este. (Ver Anexo 4)

4C. CANAL DE TELEGRAM

Telegram es una plataforma de mensajería instantánea lanzada en 2013 por los hermanos Dúrov. Actualmente es la tercera aplicación social más descargada en 2022, por detrás de TikTok y su principal competidor WhatsApp, según un estudio de Sensor Tower³⁸.



Imagen 37: Logotipo de Telegram. Fuente: Telegram.

La aplicación permite el envío y recepción de mensajes de texto, vídeos, gifs, notas de voz, *stickers*... además de videollamadas tanto individuales como grupales, así como la creación de canales de difusión³⁹, tanto públicos como privados.

³⁸ 20 MINUTOS. *TikTok se convierte en la aplicación más descargada de 2022, superando a Instagram y WhatsApp.* <<https://www.20minutos.es/tecnologia/aplicaciones/tiktok-se-convierte-en-la-aplicacion-mas-descargada-de-2022-superando-a-instagram-y-whatsapp-4992773/>> [En línea. Consultado el 17 de mayo de 2022]

³⁹ XATAKA. *Canales de Telegram, guía a fondo.* <<https://www.xataka.com/basics/canales-telegram-guia-a-fondo-que-como-funcionan-que-puedes-hacer-ellos-como-crearlos>> [En línea. Consultado el 17 de mayo de 2022]

Durante el confinamiento de 2020 tuvo una gran expansión, que ha hecho que cada vez más está desbancando a WhatsApp. Además cada vez que esta última cae y deja de funcionar, Telegram aumenta en número de descargas, ya que sigue pudiéndose usar. Según el servicio de análisis TGStat Yuri Kizhikin⁴⁰ obtuvo unos 50 millones de nuevos registros a raíz del 'apagón mundial' que se produjo en 2021.

Estos canales están enfocados principalmente a empresas y usuarios con intereses comunes. Estos canales nos permiten conectar con nuestro público objetivo de una manera directa, aportándole información enfocada a sus gustos, y estos podrán contactar directamente con nosotros, pero no se creará un debate alrededor de ello. Es decir, directamente nosotros contactaremos con nuestros seguidores de una manera pública, pero ellos no podrán contactar con nosotros, es decir, hay únicamente una comunicación unidireccional.

La inexistencia de comentarios por parte de los usuarios nos da un canal de comunicación directo sin que el mensaje se acabe transformando o distorsionando. La información que se comunica es la que es, sin posibilidad de entrar a criticar o valorar, solamente se informa.

- **Propuesta canal de Telegram**

La creación de un canal propio de "*Descobrint Crevillent*" podría ayudar a llegar de una forma más directa aquellos interesados en el proyecto, así como interés en la localidad. Por un lado, se iría publicando el enlace a los vídeos que se hayan lanzado en las diferentes redes sociales, lo que conseguiría aumentar las visualizaciones de los mismos. Por otro, puede servir para promocionar diferentes actos que se lleven a cabo en la localidad, siempre relacionados con la historia, la tradición o la cultura.

⁴⁰ 20 MINUTOS. *Telegram, la gran beneficiada de la caída de WhatsApp, Facebook e Instagram.* <<https://www.20minutos.es/tecnologia/aplicaciones/telegram-la-gran-beneficiada-de-la-caida-de-whatsapp-facebook-e-instagram-asi-han-huido-en-masa-a-la-app-los-usuarios-4844531/>> [En línea. Consultado el 17 de mayo de 2022]

Con ello lograríamos lanzar un mensaje directo y que la gente pueda conocer de primera mano eventos que puedan celebrarse en Crevillent. A continuación podemos ver un ejemplo del canal con información, en valenciano, de una proyección de un documental sobre la figura de Juana de Oteyza, modelo del escultor Mariano Benlliure, que tendrá lugar en la Casa de Cultura.

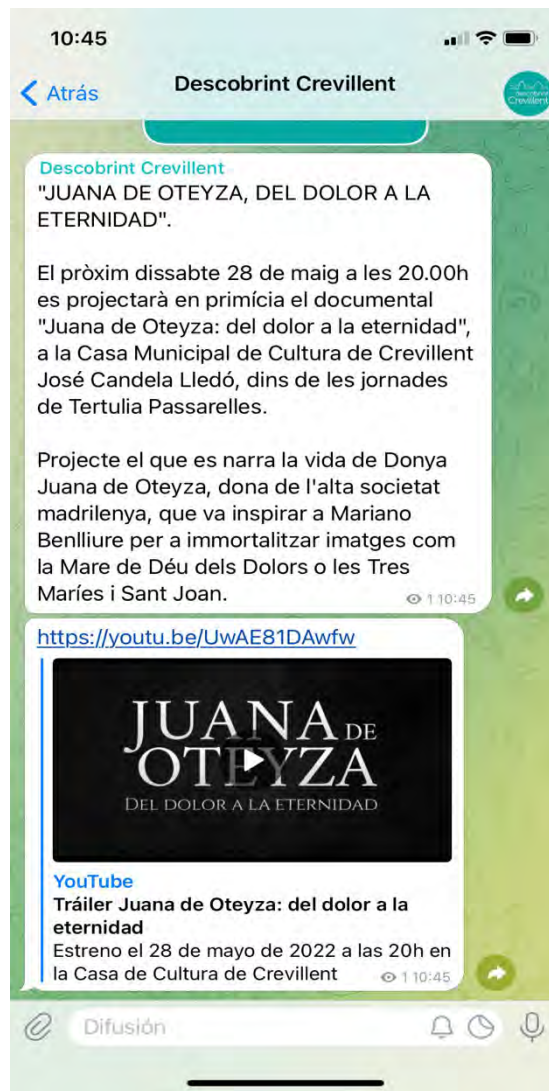


Imagen 38: Captura del canal de Telegram de "Descobrint Crevillent". Fuente: Telegram.

4D. EDICIÓN DE LIBRO RECOPIULATORIO

Con "*Descobrint Crevillent*" se ha logrado recopilar gran información que proviene de numerosas fuentes, la mayoría de ellas orales, la información de la cual no la podemos encontrar en ningún otro sitio. Por tanto, como indica⁴¹ M^a Carmen Agulló, entendemos que estas fuentes orales hacen referencia a informaciones transmitidas por seres que recuerdan, y por tanto sus conservadores pueden calificarse como auténticos tesoros vivos.

Es lo que se ha pretendido desde el principio con el proyecto y la realización de las diferentes piezas audiovisuales: conservar todo esto que queda en la memoria de los más mayores y darlas a conocer a los más jóvenes. Pero estas piezas sólo pueden ser consultadas conectándose a internet mediante un ordenador, por ello pretendemos autoeditar un libro recopilatorio con toda esa información.

Juan Triviño, director de Noufront Ediciones, señala ⁴² que "la autoedición, invariablemente no hace demasiado tiempo, hoy gana adeptos y prestigio. Las nuevas tecnologías lo ponen todo un poco más sencillo, y lo que hasta hace poco se entendía como el último intento desesperado del autor eternamente rechazado, hoy se percibe como la valentía de quien cree en sí mismo por encima de las circunstancias".

Por tanto, será la edición de un libro que pueda ser leído y disfrutado en cualquier lugar y que ayude, aún más, a la difusión de la cultura y tradición de Crevillent. Que el libro pueda estar en cada una de las casas de aquellos interesados, entre ellos también los más mayores, darles acceso a este tipo de contenido que seguramente, de otro modo no puedan disfrutar de ello debido en su mayoría a la brecha digital.

⁴¹ M^a DEL CARMEN AGULLÓ DÍAZ (2010). *La voz y la palabra de los tesoros vivos: fuentes orales y recuperación del patrimonio histórico-educativo inmaterial*. Educatio Siglo XXI, Vol. 28 nº 2, pp. 157-178. Revista Educatio Siglo XXI

⁴² TRIVIÑO, JUAN (2012). *¡Quiero publicar mi libro!* Tarragona: Noufront (DSM Ediciones).

- **El libro**

Es tanta la información registrada durante estos cinco años que la idea es publicar diferentes volúmenes que vayan recopilando toda la información, y con ello, formar una colección de libros. Cada uno de ellos estará dividido en cuatro grandes bloques temáticos: Tradición, Personajes, Lugares e Historia. Cada bloque irá compuesto de diferentes capítulos, uno por cada tema a tratar, e incluirá fotografías que completarán lo que se está contando.



Imagen 39: Propuesta para la portada del libro "*Descobrint Crevillent. Vol.1*". Elaboración propia.

Para la edición del libro se usará el sistema de autopublicación de Amazon ⁴³, ya que nos permitirá, por un lado, conseguir diferentes copias impresas que podremos distribuir entre diferentes librerías físicas de Crevillent y la provincia de Alicante; y por otro podremos poner a la venta el libro tanto en formato físico como digital a través de la propia plataforma de venta de Amazon. Este sistema nos permite poder obtener además un beneficio por la venta de los libros, sin que nos suponga un coste extra.

⁴³ AMAZON. *Kindle Direct Publishing*. <https://kdp.amazon.com/es_ES/> [En línea. Consultado el 22 de mayo de 2022]



Imagen 40: Propuesta para el interior del libro "Descobrint Crevillent. Vol.1". Elaboración propia.

● Cesión de derechos fotografías

Para la edición del libro deberemos pedir permisos por el uso de las fotografías que se incluirán en el mismo. Ello estará regulado en base a la Ley de Propiedad Intelectual⁴⁴, en sus artículos 10.1.h y 128, donde al autor de las fotografías se le reconocen los derechos morales y patrimoniales, el primero de ellos reconoce la identidad del autor y sus derechos sobre la obra, estos son de carácter personal, irrenunciables e inalienables. El segundo es el derecho a explotar comercialmente una obra creada recibiendo a cambio una remuneración o mediante una cesión gratuita.

Para poder llevar a cabo el uso de dichas fotografías en el libro recopilatorio deberemos requerir el consentimiento del autor de las mismas a través de un acuerdo de cesión de los derechos de explotación de la obra fotográfica mediante un contrato por escrito que contemple los siguientes puntos:

⁴⁴ BOE. *Real Decreto Legislativo 1/1996, de 12 de abril, por el que se aprueba el texto refundido de la Ley de Propiedad Intelectual*. <<https://www.boe.es/buscar/act.php?id=BOE-A-1996-8930>> [En línea. Consultado el 22 de mayo de 2022]

- Duración: Se debe incluir por cuánto tiempo estará vigente este contrato, y el mismo podrá tener una duración determinada o indefinida.
- Usos de la fotografía: En este caso indicaremos que el uso de la misma será para la publicación del libro "*Descobrint Crevillent. Volumen 1*".
- Soportes o medios: Indicaremos que los soportes donde se publicarán dichas fotografías serán en el libro físico como en formato digital, *ebook*.
- El tipo de cesión, si será gratuita o será a cambio de una compensación económica a determinar en su momento.
- Firma: Deberá incluir tanto la firma de ambas partes en todas y cada una de las páginas de dicho contrato. En caso de que algún autor de la fotografía no esté vivo deberá firmar su representante legal, ya que la mayor parte de dichas fotografías son del siglo pasado.

4E. CONFERENCIAS

"*Descobrint Crevillent*" tiene un número elevado de seguidores y creemos que la organización de diferentes conferencias podrían dar un plus a los propios crevillentinos interesados en la historia y la cultura crevillentina.

Estas conferencias tendrán lugar en la Casa de Cultura José Candela Lledó de Crevillent, que es el lugar en el que se hacen todas las actividades culturales de la localidad. Este espacio es cedido siempre por el propio Ayuntamiento de Crevillent, que es de quien depende la administración y gestión del mismo.



Imagen 41: Sala de conferencias de la Casa de Cultura de Crevillent. Fuente: Diario Información.

Respecto a los conferenciantes podrían ser algunos de los propios colaboradores del proyecto, algunos de los cuales tienen diferentes trabajos académicos que serían susceptibles de explicar mediante una ponencia. Diversos estudios que tratan sobre la historia, la propia forma de hablar que tenemos, los lugares que ya no existen o enfermedades que sucedieron durante otras épocas.

Nombres como Vicent-Josep Pérez, Josep Menargues o Julio Trelis serían algunos de las principales propuestas para dar lugar a las conferencias en la Casa de Cultura de Crevillent. Las charlas, de dos horas de duración, se realizarían de forma mensual bajo el título de "*Descobrint Crevillent*" junto al nombre de la misma.

Desde la página Dialnet⁴⁵, portal de difusión de textos académicos de habla hispana, nos aporta diferentes estudios de los autores anteriormente mencionados y de otros muchos, los cuales podrían convertirse en una conferencia.

⁴⁵ DIALNET, *Búsqueda 'Crevillent'*. <https://dialnet.unirioja.es/buscar/documentos?querysDismax.DOCUMENTAL_TODO=crevillent> [En línea. Consultado el 25 de mayo de 2022].

Para el primer año de conferencias estos serían los temas propuestos y sus autores:

1. *El castell de Crevillent*, Josep Menargues
2. *Recull de microtoponímia rural de transmissió oral al terme de Crevillent*, de Vicent-Josep Pérez
3. *El cementeri mudéjar del Raval*, Julio Trelis, José Ramón Ortega Pérez, Inmaculada Reina Gómez, Marco A. Esquembre Bebiá
4. La sierra de Crevillent y su entorno, José Luis García
5. Crevillent: Un museo para el siglo XXI, Francisco Polo
6. La vivienda excavada en Crevillent. Estudio arquitectónico, Joaquín A. López
7. *Els pastors serrans a Crevillent: alguns testimonis de la seua estada a la nostra serra*, Vicent-Josep Pérez
8. La población de la Alhama de Crevillent de 1481 a 1609, M. Luisa Gil López
9. *Aproximació breu al parlar de Crevillent*, Vicent-Josep Pérez
10. *La font antiga de Crevillent*, M. Barceló, M^a. A. Carbonero, R. Martí, Guillem Rosselló Bordoy
11. *A propòsit de l'escut i la bandera de Crevillent*, Cayetano Mas Galvañ
12. *Una aproximació a l'estudi de la població a Crevillent (1481-1609)*, María del Carmen Asensio, M. Luisa Gil López

4F. EXPOSICIONES

Siguiendo el mismo criterio que el punto anterior, el de las conferencias, se puede plantear además una serie de exposiciones que puedan ayudar a conocer de primera mano la localidad, con exposiciones fotográficas principalmente, pero también de objetos etnográficos de la localidad, por ejemplo.

Como indica Freund (1976)⁴⁶, la fotografía forma parte de la vida cotidiana, y está tan incorporada en la vida social que, a fuerza de verla, nadie se percata de ello.

⁴⁶ FREUND, GISÈLE. (1976). *La fotografía como documento social*. Barcelona: Editorial Gustavo Gili.

Y es por ello que estas pueden ser una gran baza para poder recuperar imágenes históricas, principalmente, de cómo era la vida en la localidad décadas atrás. Ya que, como continúa la autora, el poder que tiene para reproducir con exactitud la realidad exterior la dota de un carácter documental y la presenta como el procedimiento para reproducir la vida social de la forma más fiel e imparcial.



Imagen 42: Zona de exposiciones de la Casa de Cultura de Crevillent. Fuente: Ayto de Crevillent.

Y para ello la Casa de Cultura José Candela Lledó dispone de un amplio espacio para exposiciones divisible en diferentes zonas a través de diferentes paneles móviles. Estos se pueden organizar de diferente forma según el tipo de exposición que se quiera hacer.

Las exposiciones también irían bajo la marca "*Descobrint Crevillent*", y se produciría una exposición cada dos meses, que se mantendría como mínimo dos semanas. Estas podrían alargarse alguna semana más en el caso de que no existieran otras exposiciones durante esas fechas.

La propuesta de exposiciones es la siguiente:

1. La sierra de Crevillent y su entorno. Exposición fotográfica. Se recogerían imágenes de la sierra, espacios característicos, fauna y vegetación.
2. El Hondo, un espacio natural. Exposición fotográfica. Imágenes del entorno natural, así como de la fauna que allí se reúne y vegetación.
3. "*L'estora, l'alma d'un poble*". Exposición de objetos etnográficos relacionados con la alfombra, que es un símbolo de la localidad, con utensilios de trabajo, así como fotografías antiguas y textos que complementen.
4. La Semana Santa y Crevillent. Exposición fotográfica con imágenes que reflejen la pasión que se concentra entre los crevillentinos durante las fiestas de Semana Santa, tanto los que forman parte de las diferentes cofradías como de los propios crevillentinos que miran las procesiones.
5. "*Moros i Cristians, l'alma de la festa*". Exposición fotográfica y audiovisual con trajes característicos de estas fiestas. Se incluirán paneles informativos sobre su historia y su origen en la localidad.
6. "*Crevillent, Instants en el temps*". Exposición fotográfica que emularía la sección de "*Descobrint Crevillent*". Se incluirán imágenes antiguas de diferentes zonas de la localidad y al lado la imagen de cómo es ese espacio actualmente.

4G. PANELES FOTOGRÁFICOS

Para conocer un poco mejor la historia de lugares importantes de la localidad una propuesta más es la colocación de paneles fotográficos que enseñen imágenes del pasado y cómo han evolucionado esos lugares. Estos paneles se colocarían en puntos estratégicos transitados de Crevillent.



Imagen 43: Paneles "Un passeig per la Corredora" de Elche (Alicante). Autor: Adrián Penalva.

Los paneles emularían los vistos en el *Passeig de la Corredora* de Elche, ciudad limítrofe con Crevillent, que ha sabido explotar bastante bien esto colocándolos en el centro de la ciudad a través del paseo peatonal con paneles iluminados para que puedan ser también vistos durante la noche.

En Crevillent estos paneles se colocarían en el recorrido que iría desde el *Passeig Fontenay* hacia el *Mercat d'Abastos*, llegando hasta la *Plaça de la Constitució*, pasando por la *Carrer Blasco Ibáñez*, comúnmente conocido como el Iris, porque allí se ubicaba el siglo pasado un cine con el mismo nombre. Y por otro lado, se colocarían alrededor de toda la *Plaça de la Comunitat Valenciana*.

Las fotografías que se incluirían serían imágenes antiguas de Crevillent, en las que se vea cómo ha pasado el tiempo. Emulan la sección "Instants en el temps" de los vídeos de "Descobrint Crevillent". Una ruta por las calles de la localidad que hará

que los más mayores recuerden con nostalgia su pasado y descubrir a los más jóvenes cómo eran sus calles cuando ellos aún no habían nacido.

- **Disposición de los paneles**

Las fotografías se colocarían en los siguientes lugares:

- *Passeig Fontenay*
- *Passeig Donants de Sang*
- *Mercat d'Abastos*
- *Plaça Església Vella*
- *Carrer Primer de Maig*
- *Carrer Blasco Ibáñez*
- *Plaça de la Constitució*
- *Carrer Major*
- *Plaça de l'Ajuntament*
- *Plaça Comunitat Valenciana*



Imagen 44: Mapa de Crevillent con el lugar para los paneles. Fuente: Google Maps.

4H. VISITAS GUIADAS

La localidad de Crevillent tiene mucho que ofrecer, tanto a los propios crevillentinos como a los turistas que vienen a visitarla. Una de las formas de que se pueda descubrir desde un nuevo punto de vista es a través de las visitas guiadas, que exista un guía local que nos explique más sobre la historia y las cosas que estamos viendo.

El turismo es uno de los principales sectores económicos de nuestro país ⁴⁷, principalmente por el clima, y el turismo de interior ha ido aumentando en la etapa post-pandemia por la Covid 19. Además, la Comunitat Valenciana se sitúa en el tercer puesto entre los destinos preferidos⁴⁸ de los turistas españoles y el quinto entre las diferentes comunidades autónomas a nivel internacional, según datos de Frontur-Egatur del Instituto Nacional de Estadística (INE)⁴⁹.

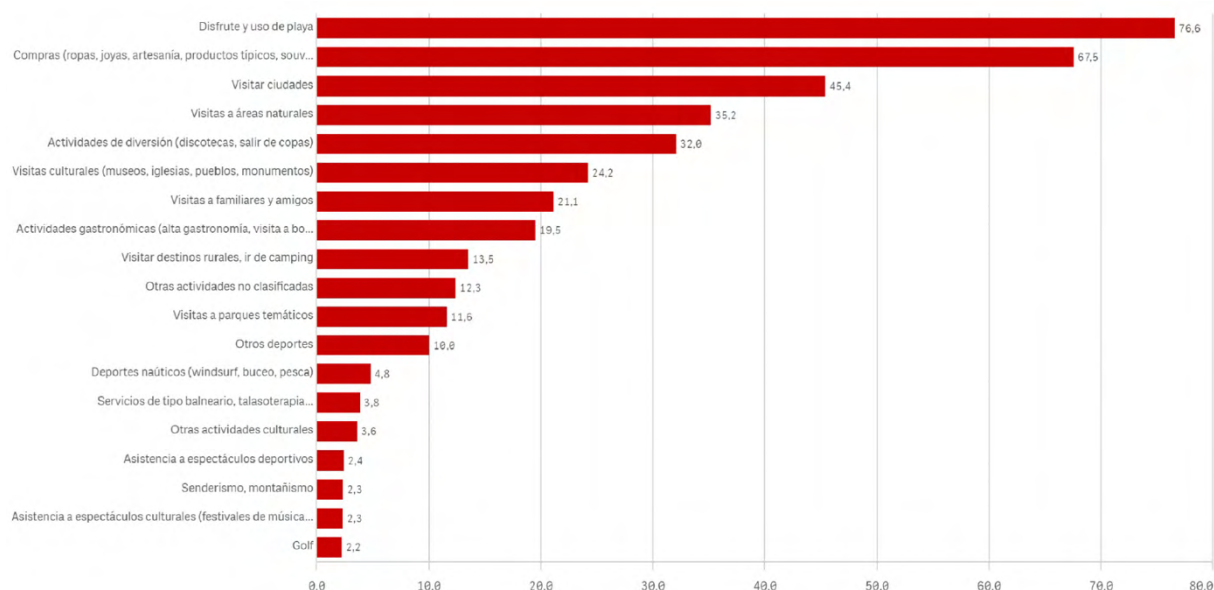


Gráfico 10: Actividades realizadas por turistas extranjeros en la Comunidad Valenciana 2021.

Fuente: Turisme Comunitat Valenciana.

⁴⁷ HOSTELTUR. *El turismo: un sector vital para España*. <https://www.hosteltur.com/comunidad/005064_el-turismo-un-sector-vital-para-espana.html> [En línea. Consultado el 26 de mayo de 2022]

⁴⁸ ABC. *Los destinos favoritos para este verano: se priorizan seguridad y precio por la guerra y la inflación*. <https://www.abc.es/economia/abci-destinos-favoritos-para-este-verano-priorizan-seguridad-y-precio-guerra-y-inflacion-202205251905_noticia.html> [En línea. Consultado el 26 de mayo de 2022]

⁴⁹ INE. Datos estudio FRONTUR y EGATUR. <https://www.ine.es/daco/daco42/2ffrontur%2ffrontur_egatur_metodologia.pdf> [En línea. Consultado el 26 de mayo de 2022]

La ruta empezaría por recorrer las calles del centro histórico de Crevillent, así como la visita a diferentes casa-cueva. Finalmente, contará con la visita de 6 lugares importantes de la localidad. Estos son:

1. Archivo Municipal "Clara Campoamor", donde podemos encontrar restos de la muralla o castillo de la localidad.
2. *Museu de la Festa*, museo dedicado a las fiestas de Moros y Cristianos.
3. Iglesia de Nuestra Señora de Belén.
4. Museo Mariano Benlliure, donde podemos encontrar algunos bocetos y esculturas del artista valenciano.
5. Museo de Semana Santa, donde encontraremos imaginería que procesiona durante las Semana Santa de Crevillent.
6. Museo Arqueológico Municipal, que cuenta con restos arqueológicos de más de 30 mil años y donde se encuentra el interior el despacho-laboratorio del Doctor Francisco Mas Magro, considerado el padre de la hematología.

- **Ruta natural:**

La ruta natural estaría más enfocada a personas con intereses al senderismo y la montaña, pero sin quitarle tampoco el sentido cultural a la ruta. Esta incluiría diferentes puntos clave de la Sierra de Crevillent, así como una visita al parque natural de El Hondo y la Peña Negra, donde se encuentra el yacimiento arqueológico de la ciudad Protohistórica de Herna.

Esta ruta contaría con los siguientes puntos importantes:

1. Ermita de San Isidro Labrador.
2. Els Pontets, acueductos que ayudaron a canalizar el agua, conocidos como *ganats* árabes.
3. Yacimiento Arqueológico "La Peña Negra".
4. El Pouet de la Mel, zona donde se encuentra una antigua fuente.
5. Pico de La Vella.
6. Pico de San Cayetano, el Picatxo.
7. Parque Natural de El Hondo.

La ruta se dividiría en dos partes, una estaría centrada en la zona de la Sierra de Crevillent (del número 1 al 6) y otra en la zona 7, la del Parque Natural de El Hondo, que debería desplazarse en autobús, ya que se encuentra justo en la zona sur de Crevillent, ya en el límite con Elche.



Imagen 46: Mapa de Crevillent con la propuesta para la Ruta natural. Fuente: Google Maps.

- **Ruta gastronómica:**

Es un tipo de ruta muy característico en los últimos años ya que permite conocer la historia y las tradiciones de una forma diferente, como es a través de los sabores más típicos de la zona.

Esta última ruta pretende que el turista no solo consuma productos y/o servicios, sino que lo que compre y consuma sean experiencias. Tal y como indica Fernández-Villarán (2017)⁵¹, los turistas ya no se conforman con visitar un lugar, sino que prefieren vivir una experiencia valiosa y desean participar y aprender. El turista desea ser el protagonista de su experiencia de viaje. Y es aquí donde menciona el llamado "turismo de vivencias"; en el que se paga por ser un invitado, un huésped para el que la industria turística diseña una oferta en la que se pueden vivir experiencias.

Y es aquí donde encontramos la definición que hacen Otto y Ritchie (1996)⁵² a experiencia turística: es un conjunto de impresiones físicas, emocionales, sensoriales, espirituales y/o intelectuales que son percibidas de manera diferente por los turistas, desde el mismo momento en que planifican su viaje, lo disfrutan en el destino elegido e incluso cuando vuelven a su lugar de origen y recuerdan su viaje.

Por tanto, esta última ruta estaría enfocada a visitar diferentes restaurantes, panaderías o tiendas de Crevillent, que permitirían conocer la gastronomía de la zona, tanto dulce como salada, que ofrezcan una nueva experiencia turística al viajero, más allá de visitar museos u otros lugares.

Para su planificación habría que hacer una búsqueda entre los diferentes establecimientos que quisieran adherirse a la iniciativa y que ofrezcan los platos típicos a los visitantes.

⁵¹ FERNÁNDEZ-VILLARÁN, ASUNCIÓN (2017). *Promoción y comercialización de productos y servicios turísticos locales*. Ediciones Paraninfo.

⁵² OTTO, JE Y RITCHIE, JRB. (1996) "The service experience in tourism", *Tourism Management*, Volume 17, Issue 3, 165-174. <<https://www.sciencedirect.com/science/article/abs/pii/0261517796000039?via%3Dihub>> [En línea. Consultado el 19 de junio de 2022]



Imagen 47: Coca de Boquerón. Fuente: Virginia Moriel.

Estos platos típicos serán:

1. Paella de arroz y mondongo.
2. Paella de arroz y caracoles.
3. *Pilotetes*, pelotas de carne típico del día de Navidad.
4. Coca de boquerón, coca salada con boquerón.
5. Gachamiga, masa de harina con trocitos de bacalao y ajos tiernos.
6. Coquetes, cocas pequeñas saladas, realizadas con harina.
7. *Picaillo*, sofrito de ñora con bacalao.
8. *Tonyetes*, pastas dulces típicas en Navidad.
9. *Tonya*, dulce típico, también llamado en otras zonas panquemao.
10. *Aigua civà* (agua de cebada), granizado dulce con un ligero sabor a café, realizado con cebada.

4I. JUEGO DE MESA

Woods (2010)⁵³ habla en su tesis doctoral que los juegos de mesa pueden parecer un anacronismo en plena era digital, principalmente debido al ascenso continuado de los videojuegos, pero el mundo de los juegos de mesa modernos ha creado un público fiel a su alrededor desde hace más de 30 años.

Además, con este tipo de juegos, se puede comprobar cómo la mejor manera de descubrir y aprender es jugando, tal y como indica Pedraz (2019)⁵⁴, y quizá, uno de los grandes placeres que tenemos las personas es el de descubrir algo nuevo.

Por ello, qué mejor que un juego de mesa que reúna diferentes elementos de Crevillent y que pueda ser disfrutado por toda la familia. Descubrir quién es el que más sabe sobre la historia de la localidad, si conoces a todos los personajes destacables o si conoces al detalle cada rincón de Crevillent.

Pedraz (2019) menciona que los juegos son elementos sociales, donde potenciamos las relaciones entre las personas que se sientan a la mesa de juego, fortaleciendo los vínculos afectivos y de comunicación. Además, trabajamos inconscientemente diferentes habilidades de una forma invisible, sin darnos cuenta, porque lo hacemos de una forma divertida. Y es que todos los juegos, tienen una serie de características muy similares.

Aunque lo que se presenta en un juego de mesa es una dificultad a vencer, normas que respetar, meta u objetivo a conseguir y un material. Si la conjunción de esos factores produce una dinámica placentera, el objetivo del juego se ha cumplido, como indican García y Torrijos (2002).⁵⁵

⁵³ WOODS, STEWARD (2010). *Convivial Conflicts: The Form, Culture and Play of Modern European Strategy Games*. Tesis doctoral.

⁵⁴ PEDRAZ, PEPE (2019). *Aprende jugando: jugar, una garantía de aprendizaje real*. B de Block.

⁵⁵ GARCÍA, GRETTEL Y TORRIJOS, EDUARDO (2002). *Juegos de mesa. Los más populares. Historia y reglas*. México: Editorial Quarzo.

Por tanto, el juego de mesa planteado de "*Descobrint Crevillent*" pretende ser una fusión entre los clásicos juegos de Monopoly® y Trivial Pursuit®, actualmente pertenecientes a la marca Hasbro®. Un tablero que emulará Crevillent, destacando los sitios más reconocibles y contando con una serie de tarjetas con preguntas clasificadas por diferentes categorías.

El primero de ellos, el juego del Monopoly® fue editado por primera vez en Estados Unidos en 1935 por Parker Brothers, mientras que el segundo, Trivial Pursuit®, diseñado por Scott Abbott y Chris Haney en 1979. Ambos juegos forman parte de la cultura lúdica de la sociedad occidental.

La elección de realizar un juego que combine los anteriormente mencionados se debe a que son juegos bastante populares, a que esta forma de juego resulta más sencilla para aquellos que lo jueguen y que no tenga unas reglas demasiado complicadas. Catalán (2016)⁵⁶ indica que el juego se puede basar en un tablero con fichas, o en unas cartas, pero cada uno de los elementos tienen unas características determinadas.

Respecto al tipo de tablero podemos definirlo como tablero fijo, según la clasificación aportada por Gilberto (2013)⁵⁷. Este será una superficie impresa donde se representa el universo de juego, que puede estar formado por una representación abstracta, por medio de casillas, o una representación realista, mediante mapas o lugares, o una combinación de ambas, que contenga toda la información necesaria para desarrollar el juego y colocar las fichas o marcadores necesarios para el mismo.

Además, este juego podrá ser considerado como un producto "no finito", pues podrá ser rejogado muchas veces, lo que le da una longevidad diferente a otros, lo que será percibido como un añadido por el consumidor, como afirma Catalán (2016).

⁵⁶ CATALÁN, ANTONIO (2016). *Estudio sobre la evolución del juego de mesa y su transformación*. Instituto Sudamericano para la Enseñanza de la Comunicación.

⁵⁷ GILBERTO LOPEZ, D. (2013). *Jogos de Tabuleiro. Estudo dos sistemas visuais*. Tesis de Máster.



Imagen 48: Propuesta para el juego de mesa de "Descobrint Crevillent". Elaboración propia.

● Elementos del juego

"Descobrint Crevillent: el joc de taula" contiene:

- Un tablero.
- Dos dados.
- 8 figuras para los jugadores.
- 100 figuras de casitas.
- 250 tarjetas de preguntas de cultura y sociedad de Crevillent.
- 30 tarjetas de lugares y personajes emblemáticos.
- 20 tarjetas de sanciones.

● Las figuras



Imagen 49: Propuesta para las figuras del juego de mesa de "*Descobrint Crevillent*". Elaboración propia.

Las 8 figuras para los jugadores corresponden a diferentes puntos emblemáticos del pueblo o elementos característicos: el obelisco, la iglesia de Nuestra Señora de Belén, la escultura de Moros y Cristianos, una alfombra, un *capurutxo* de Semana Santa, *els Pontets*, un flamenco de *El Fondo* y una *xossa*.

● El tablero

El tablero del juego de mesa se compondrá de diferentes tipos de casillas:

- Lugares icónicos de Crevillent: representan lugares destacados de la localidad, como son *la Rambla*, *el Picatxo*, *la Vella*, *els Pontets*, *el Pouet de la Mel*, *el Fondo*, *les Escoles Noves*, *la Plaça de la Constitució*, *la Plaça de la Comunitat Valenciana*, *Ronda Sud*, *el Passeig Fontenay*, *el Mercat d'Abastos*, *la Plaça de Muhammad Al-Shafra*, *el Parc Nou* o *l'Avinguda de Madrid*.
- Tarjetas de preguntas: Estas casillas corresponderá a realizar una pregunta que estará incluida en las tarjetas correspondientes. Serán sobre historia,

personajes o tradiciones de Crevillent. Cada pregunta contendrá cuatro posibles respuestas, de las cuales solo una es la verdadera.

- Tarjetas de tradición: Estas tarjetas contendrán elementos típicos: comidas, personajes o lugares.

● Las tarjetas

Habrán tres tipos de tarjetas, como hemos comentado anteriormente:

- Tarjetas de preguntas sobre la localidad. Estas serán sobre cultura, historia, personajes, tradición o lugares, que el jugador deberá adivinar entre cuatro posibles respuestas, de las cuales solo una será la correcta.
- Tarjetas de tradición: Las tarjetas contendrán fotografías de elementos típicos de la localidad, como alimentos y personajes. Cada una de estas, dependiendo lo que aparezca en ella corresponderá a una serie de puntos.
- Tarjetas de lugar: Cada tarjeta incorporará cada uno de los lugares que aparecen en las diferentes casillas.



Imagen 50: Propuesta para las tarjetas de preguntas del juego de mesa de "Descobrint Crevillent".

Elaboración propia.

● Reglas de juego

En cada partida podrán jugar entre 2 y 8 jugadores. Cada uno se repartirá una de las figuras, la cual le representará durante todo el juego. El orden de jugada será de derecha a izquierda. Empezará a jugar el miembro con menor edad.

Para empezar a cada jugador se le reparten 5 tarjetas de lugar y 5 casitas. Este deberá colocar cada casita en cada una de las casillas del tablero que se indique en las tarjetas, es decir, una casita por tarjeta. Una vez repartidas todas las casitas de los jugadores por el tablero, se iniciará el juego.

En cada partida los jugadores deberán lanzar los dados, uno tras otro, e ir avanzando con su figura por cada una de las casillas en base al número que hayan sacado en cada tirada.

En la casilla en la que caiga podrá haber diferentes tipos de acciones:

- Casillas de pregunta: Deberá coger una tarjeta de pregunta y si responde correctamente podrá lanzar de nuevo, si falla tendrá que retroceder a la casilla donde estaba antes de lanzar.
- Casillas de lugar: Deberá coger una carta de lugar, en cada tarjeta se indicará un lugar que aparece en el tablero, en el cual deberá incluir el número de casitas que le indique al lanzar únicamente uno de los dados. Podrá incorporar de 1 a 6 casitas en cada lugar indicado en la carta.
- Casillas de tradición: Cuando el jugador caiga en estas casillas, deberá coger una carta de tradición. Esta incluirá una serie de puntos, que se deberán sumar al final de la partida junto con el número de casitas que mantenga en el tablero.

Si un jugador cae en un lugar donde otro jugador tiene alguna casita, este deberá coger una tarjeta de pregunta. Si falla, deberá entregar una casilla al jugador propietario de la casilla, si falla, el jugador propietario perderá una casita. La partida finalizará cuando el primer jugador logre llegar a la casilla de final.

Por tanto, la partida la ganará el jugador que más puntuación tenga que será el resultado de la puntuación total de las cartas de tradición así como el número de casitas que le queden encima del tablero.

Es aquí donde el matemático Von Neumann (1944)⁵⁸ llegó a la conclusión que las estrategias para ganar un juego no forman parte intrínseca del juego, si no es algo que el jugador desarrolla, basado principalmente en la experiencia pasada, el conocimiento del juego y la personalidad de los jugadores. Por tanto, para ganar "*Descobrint Crevillent*", entrarán en juego los diferentes factores anteriormente mencionados.

⁵⁸ VON NEUMANN, JORGENSEN (1944). *Theory of Games and Economic Behavior*, New York: John Wiley and Sons.

5. CONCLUSIONES

"*Descobrint Crevillent*" nació hace 5 años de la mano de un joven crevillentino que vivía desde los 18 años fuera de su localidad natal, que envidiaba a las diferentes ciudades en las que vivía o visitaba porque ponían en valor todo lo que eran, su esencia, su historia, su cultura y su tradición. Cada vez que regresaba a su pueblo veía que todo lo que le habían contado cuando era pequeño sus tías, sus abuelos o sus padres iba perdiéndose.

La tradición oral de *passaetes*, *rondalles* y *cançonetes* acabaría por desaparecer si no se ponía remedio de alguna forma. El modo de comunicación interpersonal está cambiando de forma acelerada y las personas mayores que conocían todas esas historias acabarían olvidándose o, peor aún, desaparecerían con ellas para siempre.

Sentía la necesidad de querer que todo lo que fue Crevillent no se perdiera, y que en base a los conocimientos y recursos que disponía sólo podía hacerlo de una forma posible, con la creación de un repositorio online sobre la localidad, en este caso el proyecto "*Descobrint Crevillent*", con sus redes sociales y con la creación de diferentes piezas audiovisuales.

Es así como con la difusión del proyecto se ha logrado llegar a una comunidad de más de 5 mil seguidores entre todas las redes sociales, con los pocos recursos que se disponían y sin obtener ninguna ayuda o subvención, ni pública ni privada. Todo pagado desde el primer momento de su bolsillo y consiguiendo llegar a diferentes países del otro lado del mundo, como Estados Unidos, México o India.

Por tanto, podemos confirmar con los datos vistos en durante todo este Trabajo Final de Máster que proyectos como "*Descobrint Crevillent*" son necesarios. Proyectos que ensalcen el nivel localista de nuestros municipios, que se les de valor y que ayude a que la globalización y estandarización de la vida en los pueblos y ciudades no acabe con la esencia de los habitantes de esta. Que mantengan su propia identidad y que

no se pierdan, reseñando el enorme valor de las fuentes documentales de las que el proyecto se ha hecho eco sin las cuales *"Descobrint Crevillent"* no sería lo que actualmente es.

La historia, la tradición o la cultura propia de Crevillent de este último siglo seguirá viva gracias al trabajo realizado por un grupo de jóvenes interesados en la localidad y que ha visto cómo ha acabado incluso influyendo en otros proyectos que han querido seguir los pasos de este.

Desde el punto del transmedia podemos comprobar cómo la variedad de sus contenidos hace que el usuario pueda disfrutar de todo o solo una parte de ello y que a la vez aprenda de una forma diferente y amena. Que pueda descubrir sobre la historia del lugar donde siempre ha vivido, sobre los hechos que han sucedido allí o sobre sus personajes más dispares y reseñables.

Con este TFM se ponen las bases para subir el nivel de un proyecto que ya venía con intenciones y que se ha convertido en todo un referente entre los vecinos de Crevillent. Diferentes contenidos que se podrían desarrollar, en la mayoría de ellos, sin que supusiera un gran desembolso económico, por lo que son fácilmente realizables y que conseguirían una gran aceptación.

El programa de reportajes es algo que ya se llevaba tiempo ideando. Fue la primera idea para llevar a cabo el proyecto, como se comentó al inicio del trabajo, y gracias a la gran cantidad de información recopilada durante todos estos años para las piezas breves audiovisuales su contenido podría dar para realizar, incluso, varias temporadas.

Las visitas guiadas, las conferencias, las exposiciones o los paneles fotográficos podrían llevarse a cabo fácilmente, contando con el apoyo del propio ayuntamiento de la localidad, ya que requiere hacer uso de diferentes lugares públicos.

Y otros contenidos como el libro o el juego de mesa sí que requerirían un mayor desembolso, ya que habría que hacer una tirada elevada y habría que vender un gran número para que la inversión pueda salir rentable.

Por otro lado, la difusión lograda a través de las diferentes redes sociales ha ayudado a que el proyecto se ensalzara, también gracias a los propios crevillentinos y crevillentinas, ya que siempre se ha querido que participaran aportando al proyecto su propio conocimiento mediante las redes sociales, contando sus experiencias o vivencias sobre el pueblo mediante la interacción a las publicaciones de la página, así como gracias al uso de los *hashtags* #VullDescobrir y #Crevillent.

En Instagram, por ejemplo, en su mayoría, si alguien escribe Crevillent en el buscador de esta red social la mayoría de las fotos que aparecen son las publicadas por "*Descobrint Crevillent*". Y esta era una de las necesidades que sentíamos a la hora de crear el proyecto: dar difusión a Crevillent. Que se conociera dentro y fuera de este.

Además, el proyecto tal y como se presenta en este TFM podría ser extrapolable a otras localidades con un número similar de habitantes, con intención de dar a conocer también su propia cultura o su historia local.

"*Descobrint Calp*", "*Descobrint Vinaròs*" o "*Descobrint Ontinyent*" podrían ser proyectos de un corte similar a "*Descobrint Crevillent*". Por tanto, la marca "*Descobrint*" en la Comunitat Valenciana, o fuera de ella, se podría convertir en un referente localista que ayude a ensalzar a los diferentes pueblos desde dentro, por y para ellos. Que sus habitantes conozcan todo lo que éste les ofrece, historias desconocidas o personajes insólitos. Que la cultura y la tradición logre mantenerse viva con el paso del tiempo creando este inmenso repositorio de conocimiento a través de todos sus niveles transmedia.

6. BIBLIOGRAFÍA

20 MINUTOS. *TikTok se convierte en la aplicación más descargada de 2022, superando a Instagram y WhatsApp.* <<https://www.20minutos.es/tecnologia/aplicaciones/tiktok-se-convierte-en-la-aplicacion-mas-descargada-de-2022-superando-a-instagram-y-whatsapp-4992773/>> [Consultado el 17 de mayo de 2022]

ABC. *Los destinos favoritos para este verano: se priorizan seguridad y precio por la guerra y la inflación.* <https://www.abc.es/economia/abci-destinos-favoritos-para-este-verano-priorizan-seguridad-y-precio-guerra-y-inflacion-202205251905_noticia.html> [En línea. Consultado el 26 de mayo de 2022]

AMAZON. *Kindle Direct Publishing.* <https://kdp.amazon.com/es_ES/> [En línea. En línea. Consultado el 22 de mayo de 2022]

AYUNTAMIENTO DE CREVILLEN. *Web oficial.* <<http://www.crevillent.es>> [En línea. Consultado el 8 de diciembre de 2021].

AYUNTAMIENTO DE CREVILLEN. *Archivo Municipal de Crevillent.* <<https://www.crevillent.es/portal/archivo/>> [En línea. Consultado el 8 de diciembre de 2021].

BOE. *Orden ITC/1763/2006, de 3 de mayo, por la que se regula la declaración de fiestas de interés turístico nacional e internacional.* <<https://www.boe.es/buscar/doc.php?id=BOE-A-2006-10081>> [En línea. Consultado el 13 de febrero de 2022].

BOE. *Real Decreto Legislativo 1/1996, de 12 de abril, por el que se aprueba el texto refundido de la Ley de Propiedad Intelectual.* <<https://www.boe.es/buscar/act.php?id=BOE-A-1996-8930>> [En línea. Consultado el 22 de mayo de 2022]

BOYD, D. M. & ELLISON, N. B. (2007). *Social network sites: Definition, history, and scholarship*. *Journal of Computer-Mediated Communication*, 13 (1), article 11.

CARBALLAR, JOSÉ (2013). *Social media: Marketing personal y profesional*. Madrid: Alpha Editorial.

CATALÁN, ANTONIO (2016). *Estudio sobre la evolución del juego de mesa y su transformación*. Instituto Sudamericano para la Enseñanza de la Comunicación.

COSTA FERNÁNDEZ, LLUÍS (2015). *La comunicación local*. Barcelona: UOC, Universitat Oberta de Catalunya.

CREVISIÓN. *El concejal de Fiestas, Josep Candela, ha anunciado que los Reyes Magos de Oriente visitarán Crevillent los días previos al día de Reyes*. <<https://crevision.es/noticias/2020/12/el-concejal-de-fiestas-josep-candela-ha-anunciado-que-los-reyes-magos-de-oriente-visitaran-crevillent-los-dias-previos-al-dia-de-reyes-un-itinerario-de-actividades-que-comenzara-el-dia-1-y-que-fina/>> [En línea. Consultado el 23 de enero de 2022].

DELGADO, CARLA (2014). *El emprendedor digital*. Ebook. Plataforma Empresa.

DESCOBRINT CREVILLEN, *web del proyecto* <<http://www.descobrintcrevillent.es>>
DIALNET, *Búsqueda 'Crevillent'*. <https://dialnet.unirioja.es/buscar/documentos?querysDismax.DOCUMENTAL_TODO=crevillent> [Consultado el 25 de mayo de 2022].

DIARIO INFORMACIÓN. *La Semana Santa de Crevillent, una fiesta de Interés Turístico Internacional*. <<https://www.informacion.es/semana-santa/2018/03/23/semana-santa-crevillent-fiesta-interes-8747885.html>> [En línea. Consultado el 2 de enero de 2022].

DIARIO INFORMACIÓN. *Los Moros y Cristianos de Crevillent, declarados de Interés Turístico Internacional*. <<https://www.informacion.es/baix-vinalopo/2017/10/26/moros-cristianos-crevillent-declarados-interes-5859867.html>> [En línea. Consultado el 2 de enero de 2022].

DÍAZ, R. (2009). *El vídeo en el ciberespacio: usos y lenguaje*. Comunicar, 18 (3), 67. Revista Comunicar.

EL PAÍS. *El Gobierno valenciano funde a negro Canal 9 tras 12 horas de resistencia*. <https://elpais.com/ccaa/2013/11/29/valencia/1385682957_965043.html> [En línea. Consultado el 13 de mayo de 2022]

EL PERIÒDIC. *¿Por qué es tan especial la Semana Santa de Crevillent?* <https://www.elperiodic.com/crevillent/especial-semana-santa-crevillent_554924> [En línea. Consultado el 13 de febrero de 2022].

EUREKA PR (2021). *La importancia del hashtag en tu comunicación*. <<https://eurekapr.es/la-importancia-del-hashtag-en-tu-comunicacion>> [En línea. Consultado el 14 de febrero de 2022].

FERNÁNDEZ-VILLARÁN, ASUNCIÓN (2017). *Promoción y comercialización de productos y servicios turísticos locales*. Ediciones Paraninfo.

FORMALDOCS. *Contrato de cesión de derechos de una fotografía*. <<https://formaldocs.com/2020/03/Contrato-cesion-de-derechos-de-una-fotografia>> [En línea. Consultado el 22 de mayo de 2022].

FRANCÉS I DOMENECH, MIQUEL (2019). *Documentación y producción transmedia de contenidos audiovisuales*. Ediciones Síntesis.

FREUND, GISÈLE. (1976). *La fotografía como documento social*. Barcelona: Editorial Gustavo Gili.

GALÁN, ESTEBAN et al. (2018). *Contenidos transmedia para la radiotelevisión de proximidad*. EUNSA, Ediciones Universidad de Navarra.

GARCÍA, GRETTEL Y TORRIJOS, EDUARDO (2002). *Juegos de mesa. Los más populares. Historia y reglas*. México: Editorial Quarzo.

GERTORMEXT. *La tribu digital: una nueva forma para ganar clientes y amigos*. <<https://gextornext.es/tribu-digital-nueva-forma-ganar-clientes-amigos/>> [En línea. Consultado el 6 de diciembre de 2021].

GILBERTO LOPEZ, D. (2013). *Jogos de Tabuleiro. Estudio dos sistemas visuais*. Tesis de Máster.

GODIN, SETH (2008). *Tribus: Necesitamos que tú nos lideres*. Ediciones Gestión 2000.

GONZÁLEZ, NIEVES (2013). *El #hashtag ya tiene historia. Anuario ThinkEPI 2014*. <<https://recyt.fecyt.es/index.php/ThinkEPI/article/download/29601/15708>> [En línea. Consultado el 13 de febrero de 2022].

GOOGLE ANALYTICS, <<http://analytics.google.com>> [En línea. Consultado el 12 de febrero de 2022].

GÓMEZ GALLEGO, IVÁN PATXI (2020). *Objetivo Podcast*. Editorial Círculo Rojo.

GURUWALK BLOG (2019). *Megaguía: cómo crear una visita guiada paso a paso* <<https://www.guruwalk.com/blog/megaguia-crear-visita-guiada/>>

HALBWACHS, MAURICE (1950). *La Memoria Colectiva*. Editorial Miño y Dávila.

HISTATS. *Contador de webs y blogs*. <<http://www.histats.com>> [En línea. Consultado el 12 de febrero de 2022].

HOSTELTUR. *El turismo: un sector vital para España*. <https://www.hosteltur.com/comunidad/005064_el-turismo-un-sector-vital-para-espana.html> [En línea. Consultado el 26 de mayo de 2022]

INE. *Datos del estudio FRONTUR y EGATUR*. <https://www.ine.es/daco/daco42/frontur/frontur_egatur_metodologia.pdf> [En línea. Consultado el 26 de mayo de 2022]

INE. *Población de Crevillent según datos del padrón a fecha de 1 de enero de 2021*. <<https://www.ine.es/>> [En línea. Consultado el 18 de enero de 2022]

IONOS. *Los mejores programas de edición de vídeo de 2022 para aficionados y profesionales*. <<https://www.ionos.es/digitalguide/online-marketing/vender-en-internet/programas-de-edicion-de-video/>> [En línea. Consultado el 16 de junio de 2022].

IVOOX. Canal de "Descobrint Crevillent". <https://www.ivoox.com/podcast-descobrint-crevillent_sq_f11192064_1.html> [En línea. Consultado el 17 de mayo de 2022]

IZUZQUIZA MARTÍN, FRANCISCO (2019). *El gran cuaderno del podcasting: cómo crear, difundir y monetizar tu podcast*. Madrid: Kailas Ediciones, SL.

JENKINS, HENRY (2003). *Moving characters from books to films to video games can make them stronger and more compelling*. MIT Technology Review <https://www.technologyreview.com/2003/01/15/234540/transmedia_storytelling> [En línea. Consultado el 8 de diciembre de 2021].

LA VANGUARDIA. *El poder de la palabra: la era del 'Podcasting'*. <<https://www.lavanguardia.com/vida/20210126/6199831/palabra-podcasting-brl.html>> [En línea. Consultado el 15 de mayo de 2022].

LEVANTE-EMV. *La Sierra de Crevillent, uno de los enclaves más bellos e impactantes de la geografía valenciana*. <<https://www.levante-emv.com/branded-content/2020/07/30/sierra-crevillen-enclaves-bellos-impactantes-11101932.html>> [En línea. Consultado el 15 de mayo de 2022].

LEVANTE-EMV. *Paquito El Chocolatero y Amparito Roca toman los balcones de Valencia*. <<https://www.levante-emv.com/valencia/2020/03/19/paquito-chocolatero-amparito-roca-toman-11590229.html>> [En línea. Consultado el 2 de enero de 2022].

MARÍN, CARLES (2017). *El informativo de televisión: Producción, guión y edición audiovisuales*. Barcelona: Editorial Gedisa.

MINISTERIO DE INDUSTRIA, TURISMO Y COMERCIO. *Fiestas de Interés Turístico Internacional*. <<https://turismo.gob.es/desarrollo-sostenibilidad/fiestas/Paginas/Fiestas-de-Inter%C3%A9s-Tur%C3%ADstico-internacional.aspx>> [En línea. Consultado el 13 de febrero de 2022].

METRICOOOL. <<https://metricool.com/es/>> [En línea. Consultado el 12 de febrero de 2022].

MONOPOLY. *Página oficial del juego de mesa*. <<https://monopoly.hasbro.com/es-es>> [En línea. Consultado el 22 de mayo de 2022].

MOROS Y CRISTIANOS CREVILLET. *Página web de la Asociación de Fiestas*. <<http://www.morosicristianscrevillent.com/>> [En línea. Consultado el 13 de febrero de 2022].

MUSEUS! DE CREVILLET. *Página web del Museo Mariano Benlliure y Museo Arqueológico Municipal*. <<https://museos.crevillent.es/>> [En línea. Consultado el 16 de mayo de 2022].

ONDA CERO. *El Parque Natural de El Hondo vuelve en 2021 a cifras de visitantes de antes de la pandemia*. <https://www.ondacero.es/emisoras/comunidad-valenciana/elche/noticias/parque-natural-hondo-vuelve-2021-cifras-visitantes-antes-pandemia_2022020261fa8619334ddc00011da630.html> [En línea. Consultado el 16 de mayo de 2022].

OTTO, JE Y RITCHIE, JRB. (1996) *"The service experience in tourism"*, Tourism Management, Volume 17, Issue 3, 165-174. <<https://www.sciencedirect.com/science/article/abs/pii/0261517796000039?via%3Dihub>> [En línea. Consultado el 19 de junio de 2022]

PARDO, ALEJANDRO (2015). *Producción Ejecutiva de Proyectos Cinematográficos*. EUNSA Ediciones Universidad de Navarra.

PLAYGROUND MAGAZINE. <<https://www.playgroundweb.com>> [En línea. Consultado el 8 de diciembre de 2021].

PEDRAZ, PEPE (2019). *Aprende jugando: jugar, una garantía de aprendizaje real*. B de Block.

PÉREZ SILVA, JAVIER (2000). *La televisión ha muerto: la nueva producción audiovisual en la era de Internet: la tercera revolución industrial*. Barcelona: Editorial Gedisa 2000.

RAMOS, JUANJO (2020). *Nostalgia: el arma secreta del marketing*. Ebook: Autopublicación.

ROLDÁN ZULUAGA, SANTIAGO (2016). *Community Management 2.0: Gestión de comunidades virtuales*. Ecoe Ediciones.

RTVE.ES. *El Gobierno endurece el confinamiento y paraliza todas las actividades salvo las esenciales desde el lunes*. <<https://www.rtve.es/noticias/20200328/sanchez-anuncia-paralizacion-todas-actividades-salvo-esenciales-desde-este-lunes/2011000.shtml>> [En línea. Consultado el 2 de enero de 2022].

SAINZ, MIGUEL (1994). *Manual básico de producción en televisión*. Madrid: Instituto Oficial de Radio Televisión Española D.L.

SATORRE PÉREZ, ANA (2015). *Crevillent, la etnografía de un pueblo. Vol. 1-4*. Crevillent: Ayuntamiento de Crevillent.

SCOLARI, CARLOS A. (2013). *Narrativas transmedia*. Barcelona: Ediciones Deusto.

SEMANA SANTA CREVILLEN. *Página web oficial*. <<http://semanasantacrevillent.es>> [En línea. Consultado el 13 de febrero de 2022].

SEMPERE PASTOR, JOSÉ (2003). *El municipio de Crevillent en el siglo XX*. Crevillent: Ayuntamiento de Crevillent.

SEMPERE PASTOR, JOSÉ (2005). *Semblanzas crevillentinas*. Crevillent: Tertulia Artístico-Literaria "El Cresol".

SERRANO, JUSTO (2019). *Cómo crear tu podcast de éxito*. Justo Serrano (autopublicación).

SERRANO MOTA, M^a DE LA ALMUDENA; GARCÍA RUIPÉREZ, MARIANO (1999). *El patrimonio documental, fuentes documentales y archivos*. Cuenca: Ediciones de la Universidad de Castilla-La Mancha.

THE GUARDIAN. *Audible revolution*. <<https://www.theguardian.com/media/2004/feb/12/broadcasting.digitalmedia>> [En línea. Consultado el 15 de mayo de 2022].

THE SOCIAL MEDIA FAMILY. *VIII Estudio sobre los usuarios de Facebook, Twitter e Instagram en España*. <<https://thesocialmediafamily.com/informe-redes-sociales/>> [En línea. Consultado el 8 de junio de 2022]

TIRATÚ. *Cómo diseñar y crear un juego de cartas*. <<https://www.tiratu.com/editoriales/como-hacer-juego-mesa>> [En línea. Consultado el 26 de mayo de 2022]

TORRADO, SUSANA et al. (2017). *Territorios transmedia y narrativas audiovisuales*. Barcelona: UOC, Universitat Oberta de Catalunya.

TRAU LA LLENGUA. *Programas emitidos en À Punt Mèdia*. <<https://www.apuntmedia.es/programes/trau-la-llengua>> [En línea. Consultado el 7 de diciembre de 2021].

TRIVIÑO, JUAN (2012). *¡Quiero publicar mi libro!* Tarragona: Noufront (DSM Ediciones).

TRUJILLO, ROSALÍA (2015). *Derechos de autor y fotografía, la cesión y el contrato de edición*. Trabajo Final de Grado. Relaciones Laborales, Universidad de La Laguna.

UNIFAM. *El sector de la alfombra y moqueta en Crevillente. Historia y evolución*. <<https://unifam.es/historia/>> [En línea. Consultado el 18 de enero de 2022]

VERNET SAUREU, CARLES (2010). *Guía turístico: Nociones básicas*. Barcelona: Ed. Laertes.

VON NEUMANN, JORGENSEN (1944). *Theory of Games and Economic Behavior*, New York: John Wiley and Sons.

WELLMAN, BARRY (2000). *El análisis estructural de las redes sociales: del método y la metáfora a la teoría y la sustancia*. *Debates En Sociología*, (22), 47-97.

WIKIPEDIA. *Crevillent*. <<https://es.wikipedia.org/wiki/Crevillent>> [En línea. Consultado el 18 de enero de 2022]

WIKIPEDIA. *Història de la catifa a Crevillent*. <https://ca.wikipedia.org/wiki/Hist%C3%B2ria_de_la_catifa_a_Crevillent> [En línea. Consultado el 18 de enero de 2022]

WOODS, STEWARD (2010). *Convivial Conflicts: The Form, Culture and Play of Modern European Strategy Games*. Tesis doctoral.

XATAKA. *Canales de Telegram, guía a fondo*. <<https://www.xataka.com/basics/canales-telegram-guia-a-fondo-que-como-funcionan-que-puedes-hacer-ellos-como-crearlos>> [En línea. Consultado el 17 de mayo de 2022]

XATAKA. *El enorme reto de diseñar un juego de mesa desde cero*. <<https://www.xataka.com/literatura-comics-y-juegos/el-enorme-reto-de-disenar-un-juego-de-mesa-desde-cero>> [En línea. Consultado el 26 de mayo de 2022]

7. APÉNDICE

Fotografías

- Cabecera de la página en Twitter de "*Descobrint Crevillent*". Fuente: Twitter. Pág. 43
- Cartel de "Llegada de los Reyes Magos a Crevillent" de 2022. Fuente: Adrián Penalva. Pág. 54
- Cartel proyección documental '*Tio Joano, el poderós*'. Fuente: Adrián Penalva. Pág. 15
- Captura de After Effects con el grafismo final de los vídeos. Elaboración propia. Pág. 26
- Captura del documento de texto para uno de los vídeos. Elaboración propia. Pág. 24
- Captura de Facebook subiendo un vídeo. Elaboración propia. Pág. 27
- Captura del canal de Telegram de "*Descobrint Crevillent*". Fuente: Telegram. Pág. 70
- Captura de la lista de reproducción de vídeos. Fuente: YouTube. Pág. 46
- Captura del mensaje recibido por email el 8/4/22. Fuente: Thunderbird. Pág. 118
- Captura del mensaje recibido por Instagram el 17/2/21. Fuente: Instagram. Pág. 118
- Captura del mensaje recibido por Instagram el 12/9/21. Fuente: Instagram. Pág. 118
- Capturas de los vídeos realizados para el Ayuntamiento de Crevillent. Elaboración propia. Pág. 53
- Captura de Premiere con la edición de uno de los vídeos. Elaboración propia. Pág. 25
- Captura de un vídeo de *#FestivalDelsBalcons*. Elaboración propia. Pág. 52
- Captura de YouTube con el generador de subtítulos. Elaboración propia. Pág. 27
- Coca de Boquerón. Fuente: Virginia Moriel. Pág. 87
- Cuadrícula de imágenes del Instagram de "*Descobrint Crevillent*". Fuente: Instagram. Pág. 44
- Estantería de David Alfonso con todo el material sobre Crevillent. Fuente: David Alfonso. Pág. 109
- Eugeni Alemany en "*Trau la llengua*". Fuente: Canal 9. Pág. 18
- Fiesta de la Virgen de la Salud. Fuente: Adrián Penalva. Pág. 33
- Filà* de hombres de la comparsa Omeyas en los Moros y Cristianos. Fuente: Adrián Penalva. Pág. 11
- Fotograma entrevista en Telecrevillent. Fuente: Cableworld. Pág. 53
- Fotografías enviadas por los seguidores de la página. Fuente: *Descobrint Crevillent*. Pág. 51
- Fotograma caja de texto vídeo "*Descobrint Crevillent*". Fuente: *Descobrint Crevillent*. Pág. 28
- Fotograma de las fuentes de vídeo "*Descobrint Crevillent*". Fuente: *Descobrint Crevillent*. Pág. 29
- Fotograma final vídeo "*Descobrint Crevillent*". Fuente: *Descobrint Crevillent*. Pág. 29
- Fotograma vídeo "*A peu de carrer*" de "*Descobrint Crevillent*". Fuente: *Descobrint Crevillent* Pág. 31
- Fotograma vídeo "*Cuinant Pilotetes*" de "*Descobrint Crevillent*". Fuente: *Descobrint Crevillent*. Pág. 32
- Fotogramas vídeo "*Instants en el temps*" de "*Descobrint Crevillent*". Fuente: *Descobrint Crevillent*. Pág. 31
- Fotograma vídeo "*T'ho saps?*" de "*Descobrint Crevillent*". Fuente: *Descobrint Crevillent*. Pág. 30
- Iglesia de Nuestra Señora de Belén. Fuente: Adrián Penalva. Pág. 12
- Logotipo de Telegram. Fuente: Telegram. Pág. 68
- Logotipo "En Sintonía Cofrade". Pág. 55
- Mapa de Crevillent con el lugar para los paneles. Fuente: Google Maps. Pág. 81

Mapa de Crevillent con la propuesta para la Ruta natural. Fuente: Google Maps. Pág. 85

Mapa de Crevillent con la propuesta para la Ruta cultural. Fuente: Google Maps. Pág. 83

Mensaje de @Adilimar sobre la proyección. Fuente: Twitter. Pág. 17

Página principal de la web de "*Descobrint Crevillent*". Fuente: *Descobrint Crevillent*. Pág. 47

Paneles "*Un passeig per la Corredora*" de Elche (Alicante). Fuente: Adrián Penalva. Pág. 79

Parque Natural de El Hondo. Autor: David Alfonso. Pág. 13

Portada de la página en Facebook de "*Descobrint Crevillent*". Fuente: Facebook. Pág. 35

Primer logotipo de "*Descobrint Crevillent*" comparado con el actual. Elaboración propia. Pág. 23

Propuesta gráfica para el programa "*Descobrint Crevillent*". Elaboración propia. Págs. 63-64

Propuesta para el interior del libro "*Descobrint Crevillent. Vol.1*". Elaboración propia. Pág. 73

Propuesta para el juego de mesa de "*Descobrint Crevillent*". Elaboración propia. Pág. 90

Propuesta para la portada del libro "*Descobrint Crevillent. Vol.1*". Elaboración propia. Pág. 72

Propuesta para las figuras del juego de mesa de "*Descobrint Crevillent*". Elaboración propia. Pág.91

Propuesta para las tarjetas de preguntas del juego de mesa de "*Descobrint Crevillent*". Elaboración propia. Pág. 92

Proyección documental '*Tio Joano, el poderós*'. Fuente: Adrián Penalva. Pág. 16

Proyecto transmedia de ""*Descobrint Crevillent*". Elaboración propia. Pág. 58

Sala de conferencias de la Casa de Cultura de Crevillent. Fuente: Diario Información. Pág. 75

Sala del Museo Mariano Benlliure. Fuente: Museus! de Crevillent. Pág. 14

Vista panorámica de Crevillent. Fuente: Adrián Penalva. Pág. 9

Zona de exposiciones de la Casa de Cultura de Crevillent. Fuente: Ayto de Crevillent. Pág. 77

Tablas y gráficos

Gráfico 1: Redes sociales más utilizadas en 2022. Fuente: Hootsuite y WeAreSocial. Pág. 35

Gráfico 2: Minutos reproducidos de los vídeos de "*Descobrint Crevillent*". Fuente: Facebook. Pág. 36

Gráfico 3: Personas alcanzadas en "*Descobrint Crevillent*". Fuente: Facebook. Pág. 37

Gráfico 4: Seguidores divididos por sexo y edad en "*Descobrint Crevillent*". Fuente: Facebook. Pág. 38

Gráfico 5: Países de procedencia de los seguidores "*Descobrint Crevillent*". Fuente: Facebook. Pág. 39

Gráfico 6: Ciudades de procedencia seguidores de "*Descobrint Crevillent*". Fuente: Facebook. Pág. 40

Gráfico 7: Seguidores divididos por sexo y edad "*Descobrint Crevillent*". Fuente: Instagram. Pág. 45

Gráfico 8: Seguidores según ciudad en "*Descobrint Crevillent*". Fuente: Instagram. Pág. 42

Gráfico 9: Seguidores según país en "*Descobrint Crevillent*". Fuente: Instagram. Pág. 43

Gráfico 10: Actividades realizadas por turistas extranjeros en la Comunidad Valenciana 2021. Fuente: Turisme Comunitat Valenciana. Pág. 82

- Tabla 1: Número de seguidores en "*Descobrint Crevillent*" Fuente: Facebook. Pág. 38
- Tabla 2: Top 10 vídeos con más interacciones. Fuente: Facebook. Pág. 41
- Tabla 3: Top 10 vídeos más veces compartidos. Fuente: Facebook. Pág. 41
- Tabla 4: Top 10 vídeos con más comentarios. Fuente: Facebook. Pág. 42
- Tabla 5: Top 10 vídeos con más reproducciones. Fuente: Facebook. Pág. 42
- Tabla 6: Ejemplo de escaleta para el programa "*Descobrint Crevillent*". Pág. 65