

UNIVERSITAT POLITÈCNICA DE VALÈNCIA
ESCOLA POLITÈCNICA SUPERIOR DE GANDIA
GRAU EN COMUNICACIÓ AUDIOVISUAL



UNIVERSITAT
POLITÈCNICA
DE VALÈNCIA



ESCOLA POLITÈCNICA
SUPERIOR DE GANDIA

**“Disseny d'unes jornades sobre
comunicació alternativa
al Campus de Gandia”**

TREBALL FINAL DE GRAU

Autor/a:
Enric Domínguez

Tutor/a:
Josep Àngel Mas

GANDIA, 2013

Resum

Este treball és un revisió de tots els elements necessaris per a la planificació d'unes jornades sobre comunicació alternativa al Campus de Gandia. El projecte naix amb la finalitat de reflexionar sobre el model de comunicació imperants i les possibles alternatives. El treball té un plantejament teòric en el que es tracten les teories de la comunicació, es fa un estudi del panorama mediàtic i una anàlisi de la situació de la comunicació alternativa a la universitat. La resta d'apartats conformen la planificació del que seran les jornades i com s'organitzaran. Per a algunes parts del projecte s'han realitzat enquestes per conèixer l'opinió de la gent, estudiants i professionals de la comunicació principalment, a més de contactes directes presencials i a través de les xarxes socials amb persones del món de la comunicació alternativa, a més de amb professors i professionals amb experiència en organització d'esdeveniments. Com és obvi també s'han utilitzat mètodes *convencionals* com la documentació a partir de llibres, articles de premsa, pàgines web i altres recursos. Però este treball a més, junt amb les jornades, pretén posar en valor la importància de la comunicació alternativa en qualsevol societat democràtica i denunciar la seua poca presència als plans d'estudis de les carreres de comunicació i periodisme.

comunicació alternativa, periodisme, jornades, congrés, Campus de Gandia

This work is a review of all necessary elements for planning a conference about alternative communication in Gandia Campus. The project was created with the purpose to think about the dominant communication model and their alternatives. The work has a theoretical exposition that deals communication theories, make a study of the media landscape and analyze the situation of alternative communication in college. The remaining sections talks about planning the event and how organized. For some parts of the project were carried out surveys to know the people opinion, students and media professionals mainly, also direct contact in person and through social networks with people from the world of alternative media and teachers and professionals with experience in event planning. Obviously conventional methods have also been used as documentation from books, newspaper articles, websites and other resources. But this work also, along with the conferences, aims to highlight the importance of alternative media in any democratic society and denounce his little presence in the curricula of communication and journalism careers.

alternative communication, journalism, conference, congress, Campus de Gandia

Índex

Introducció.....	4
Plantejament teòric.....	5
Casos previs.....	16
Entitat organitzadora: Melderomer Col·lectiu Audiovisual	17
Organització d'un equip de treball	22
Nom i imatge gràfica.....	24
Lloc on es realitzaran.....	26
Gandia.....	26
Campus de Gandia.....	29
Inscripcions, pagaments i reserves.....	33
Ponents i ponències.....	36
Pla de comunicació.....	37
Finançament.....	40
Despeses a tindre en compte.....	40
Sistemes de finançament.....	42
Cronograma.....	46
Conclusions.....	48
Bibliografia (APA).....	49
ANNEXOS.....	52
Annex A: Assignatures relacionades amb la comunicació alternativa.....	52
Annex B: Resultats de l'enquesta sobre comunicació alternativa a la universitat.....	56
Annex C: Preus habitacions Hotel Cibeles.....	59
Annex D: Descripció completa de la informació sol·licitada per Verkami.....	61
Annex E: Resultats enquesta sobre la data de les jornades	63

Introducció

El present treball és un recull de tots els elements que cal tindre en compte a l'hora d'organitzar i dissenyar unes jornades sobre comunicació alternativa al Campus de Gandia. La finalitat de les mateixes, així com la justificació teòrica, serà reflexionar al voltant de la comunicació i el periodisme en temps de crisi per buscar alternatives a l'actual model comunicatiu. L'Anàlisi Crítica del Discurs, les relacions entre poder econòmic i mediàtic, l'origen de la comunicació alternativa i la mostra, amb exemples, de que altre model és possible seran alguns dels temes sobre els quals gira part d'este treball i sobre els que versaran les jornades. A més dels elements teòrics, el procés de planificació i execució, serviran per treballar molts altres aspectes pràctics com són la producció, l'organització d'un equip de treball, el finançament, el disseny de la imatge gràfica i l'elaboració d'una estratègia comunicativa, entre altres.

El treball està estructurat en un total d'11 capítols, que tracten al voltant d'aquells elements que s'han considerat necessaris per a la planificació de les jornades. El primer d'ells, la justificació teòrica, seguit de l'anàlisi d'un cas previ i de la presentació del col·lectiu que organitza les jornades. El capítol 4 fa una previsió de l'equip humà necessari per a l'organització i al 5 es presenta i justifica el disseny gràfic elaborat. El següent capítol fa una descripció del lloc on es realitzaran les jornades, parlant de Gandia i la Safor i descrivint el Campus i les seues instal·lacions. Al 7é capítol, es descriu el procés amb el qual s'organitzaran les inscripcions i reserves a hotels. Al 8é es presenta el programa de les jornades i al nové es descriu el pla de comunicació a seguir. Els últims dos capítols fan referència al finançament, on es preveu fer ús de diverses vies com micromecenatge, les subvencions o els patrocinis; i per acabar es presenta el cronograma previst.

En el procés d'investigació realitzat per a l'elaboració d'este treball s'han utilitzat diversos mètodes. El principal d'ells, sobretot a la part teòrica, ha sigut la documentació utilitzant com a font diversos llibres, articles i tesis de autors que han estudiat el món de la comunicació. En la part de descripció del lloc s'ha consultat la Viquipèdia, i algunes webs com la de l'Ajuntament, per conèixer més sobre la història i actualitat de la ciutat de Gandia. Per a la resta de parts s'han consultat alguns documents disponibles a la xarxa i les distintes webs com les dels possibles hotels on allotjar-se, la de verkami per a conèixer el funcionament d'esta plataforma de micromecenatge, o algunes sobre disseny gràfic per explicar el simbolisme dels colors, entre altres. Altra eina utilitzada en l'elaboració del treball ha estat la realització de dos enquestes. La primera d'elles per a conèixer l'opinió dels estudiants respecte a la situació de la comunicació alternativa a les universitats espanyoles. Les respostes d'esta enquesta s'han alternat amb una anàlisi dels plans d'estudis de les carreres de Comunicació Audiovisual i Periodisme. La segona de les enquestes es va realitzar per demanar l'opinió dels seguidors i concretar la data de les jornades. Per descomptat tampoc han faltat les preses de contacte amb membres de la universitat, amb els convidats a les jornades i amb organitzadors d'esdeveniments similars. Estos contactes s'han dut a terme a través de diverses vies, com la reunió presencial, el correu electrònic i les xarxes socials.

Tenint en compte tots els elements descrits, i en els que aprofundirem més avant, només quedarà portar a la pràctica les jornades de comunicació alternativa. Este tipus d'esdeveniments aporten riquesa cultural al Campus i servixen de complement formatiu a estudiants i professorat. La reflexió, l'estudi i la pràctica al món de la comunicació són els fonaments d'este treball i ho seran també de les pròpies jornades.

Plantejament teòric

Vivim temps d'incertesa i desestabilització. La crisi econòmica que duem suportant des de fa alguns anys ha fet que posem en dubte el sistema. El sistema inclou la part política, l'econòmica, i també, la comunicativa. El bipartidisme cau, l'autonomisme sembla estar esgotant-se, la independència dels poders és discutible i els casos de corrupció no deixen d'aflorar. L'economia de mercat ha fet fallida, per l'avarícia d'uns pocs, però el deute i les conseqüències són per a tots. I els mitjans de comunicació, els que han sobreviscut, han caigut en el descrèdit en consonància a com ho ha fet la política i l'economia.

Davant un panorama complicat com l'actual és fàcil caure en la desesperança. Per sort, dia rere dia sorgixen alternatives en els àmbits que abans hem esmentat: el polític, l'econòmic i el comunicatiu. Des dels partits assemblearis i oberts, passant per les cooperatives integrals i la solidaritat entre iguals, i arribant al camp d'estudi d'este treball: els mitjans de comunicació alternativa. Els tres àmbits es relacionen i complementen entre ells, tant en el model *tradicional* com en l'*alternatiu*. Nosaltres ens centrarem en analitzar i entendre el segon model, sense deixar de banda el primer, ja que un naix com a resposta a l'altre.

Context comunicatiu actual - Descrèdit dels mitjans convencionals

Althusser definix els mitjans de comunicació, i altres estaments de l'actual societat, com a «aparells ideològics de l'estat» (1970). No aprofundirem de manera exhaustiva en l'«Anàlisi Crítica del Discurs» però sí cal incidir en alguns punts.

Els teòrics d'esta disciplina estudien les relacions entre el l'ús del llenguatge i la comunicació i els usos que *el poder* li dona per tal de perpetuar-se. Qualsevol règim polític, del color que siga, utilitza tots els mitjans al seu abast per tal de perpetuar-se. L'educació, les organitzacions polítiques, religioses, sindicals, la família, i per descomptat, els mitjans de comunicació, formen part de l'entramat d'*aparells* utilitzats per difondre el *discurs dominant*.

Als règims dictatorials esta relació entre *discurs* i *poder* és més que evident. A tots els *aparells* se'ls imposa la ideologia i les directrius que han de seguir. Les veus discordants són durament reprimides i la falta de llibertat és més que palpable. En les actuals democràcies liberals la situació, o almenys les formes, són diferents. Existix una sensació de llibertat que no hi ha als règims totalitaris. La forma d'estendre i difondre el discurs és més subtil, però les coses estan suficientment *lligades* (i ben lligades) de manera que els qui ostenten el poder –el poder econòmic– no vegem perillar el seu *status quo*. Però el control del discurs no es limita només al domini sobre els *aparells ideològics* sinó que el que es pretén és que la gent assumisca com a natural i propi eixe discurs. Dit d'una altra manera, «els que controlen el discurs públic indirectament controlen la ment pública» (T. van Dijk, 2010, p40).

Centrant-nos en l'àmbit que ens ocupa, el de la comunicació i els mitjans, les relacions entre poder i el discurs que estos emeten és més que evident. A més, amb esta crisi que estem patint, i la que ja vivia des de fa alguns anys el sector, trobem cada vegada més mostres de submissió del poder mediàtic al poder econòmic –les elits dominants. Alguns exemples concrets d'estes relacions entre poder i discurs dominant serien el tractament, criminalitzador i esbiaixat, que des dels mitjans es fa als règims polítics *enemics* o a les organitzacions i els moviments socials que defensen tesis totalment oposades al sistema polític i econòmic actual. També es pot ressaltar el paper de la dona als mitjans, on sol tindre representació secundària

com a la majoria de sectors, i els usos sexistes o masclistes que solen rebre, i tot això acceptat amb total normalitat per les pròpies dones -amb l'excepció de les minories conscienciades. Se'n podrien posar molts d'exemples.

Si atenem a la propietat dels mitjans de comunicació entenem perquè estos estan subordinats al poder econòmic. Com a empreses que són han de buscar l'eficiència econòmica, sinó haurien de tancar, per tant «qui paga mana». A una infografia publicada en 2012 (Mendigo) anomenada *Els amos de la Informació* apareix ben desglossada i ordenada la xarxa de relacions empresarials existent als grups de comunicació. També Pascual Serrano ens en parla al llibre *Traficantes de información* (2010). Farem un repàs general als principals grups mediàtics:

- El diari El Mundo forma part del grup Unidad Editorial, el qual ahora és propietat de RCS Mediagroup i este pertany a empreses com Fiat (10%), Pirelli (5%) United Colors of BENETTON (5%), Intesa San Paolo (5%) i a empresaris com Giuseppe Rotelli (8%), un dels magnats de la sanitat privada a Itàlia.
- El grup Vocento, al que pertanyen importants diaris estatals i autonòmics, com ABC o Las Provincias, i altres, així com també les ràdios Punto Radio i ABC Punto Radio. Entre les principals empreses accionistes estan Mezouna SL (11%, principal accionista), propietat de Santiago i Emilio Ybarra, empresaris i banquers del BBVA. També trobem altres empreses de la família Ybarra com Energay SLU i Lima SLU. Altra empresa destacada és Bycomels SL (8%), propietat de la família Bergareche, vinculats a altres empreses com la multinacional Ferrovial, empresa d'infraestructures. També trobem al Marques Luca de Tena, a través de l'empresa Valjarafe SL (10%).
- L'altre gran grup mediàtic és PRISA. En este cas el desglossament és més complex. El principal propietari és el grup Liberty Acquisitions, LLC (40%) que ahora inclou grans empreses i bancs com Goldman Sachs, Deutsche Bank, Citi, Bank of America, Morgan Stanley, i Credit Suisse, entre molts altres. Un percentatge important del grup PRISA pertany La Caixa, Santander i HSCB (20% entre els 3). Un 7% és propietat de Telefonica, un 3% del Grupo Carso, propietat de Carlos Slim. Altres empreses destacades serien ProPu SL (10%) i Asgard Inversiones (4%).
- Quant a les televisions, Telecinco i Cuatro pertanyen a Gestevisión Telecinco SA que ahora pertany principalment a Mediaset (50%). Entre les principals empreses propietàries trobem fons d'inversions com Fininvest (39%), vinculada a Silvio Berlusconi, Black Rock (5%) o Capital Group (5%).
- Antena 3 i la Sexta, les principals competidores de Mediaset, pertanyen al Grupo Antena 3, ara anomenat Atresmedia, i este ahora pertany per una banda al Grupo Planeta (45%), propietat de Inversiones Hemisferio del marquès i empresari José Manuel Lara. Per altra banda, un 6% d'Atresmedia és del Banc Sabadell i un 21% d'RTL GROUP.
- Quant a la COPE, del grup Radio Popular SA, és sabut per tots que pertany a l'Església. El 50% a la Conferència Episcopal Española i el 20% a la Diócesis. La resta es repartix entre diverses organitzacions religioses o empreses vinculades a l'Església.
- Altre grup important a l'estat espanyol és Prensa Ibérica. No es tenen massa dades seues. Es sap que pertany a Francisco Javier Moll i la seua família, vinculats al negoci de la construcció i les bodegues.

L'entramat i les jerarquies de propietaris i inversors de cada mitjà de comunicació són

molt més complexes que el resum que he tractat de mostrar a este escrit però servix per fer-se una idea de les relacions clares entre poder econòmic i poder mediàtic. Amb estes subordinacions no és d'estranyar el silenci o la cautela dels mitjans a l'hora de denunciar pràctiques laborals abusives, corrupció empresarial, i altres irregularitats que es cometien. Però a més de la propietat, altre factor de dependència cap al poder econòmic el produïx la publicitat, que és la principal font d'ingressos de molts mitjans.

Així doncs s'entén que en el recent accident de tren ocorregut a Galícia, tots els mitjans estatals parlen del tren *Alvia*, sense fer massa referències, en molts casos ninguna, a l'empresa *Renfe*. En canvi a la majoria de mitjans estrangers sí es parla de *Renfe* (marqmarti, 2013). Això també es podria deure, pot ser, a la proximitat. A l'estat espanyol tots coneixem l'*Alvia*, mentre que a l'estranger no. Però com diuen els crítics, l'elecció de paraules a l'hora d'elaborar un discurs mai és casual. (van Dijk, 2004).

A la tragèdia de Bangladesh, quan un edifici on es fabricava roba es va enfonsar i va causar més de 1.000 morts, va passar més del mateix. Els mitjans tractaven d'evitar anomenar les empreses amb contractes comercials amb aquella fàbrica tèxtil, ja que moltes d'elles feien importants inversions publicitàries als mitjans. Entre elles estaven *El Corte Inglés* i *Inditex*. (López, 2013).

Però la manipulació i els interessos del poder no es limiten als mitjans de comunicació privats, que com a empreses lucratives és obvi i es pot arribar a *entendre* o *acceptar* que complixen una determinada funció. Però un àmbit diferent són els mitjans públics. *L'espai de tots*. Mitjans, recollits a la Constitució (art20.3) i a alguns estatuts d'autonomia com el valencià (art 56.1), creats amb la finalitat de respectar el «pluralisme polític, cultural i lingüístic, religiós i social» (Llei GVA 7/1984, 1984). Mitjans on el lucre no importa, o no hauria d'importar, i on la funció social i informativa hauria d'estar per damunt de tot. Desgraciadament estes funcions sovint han quedat en un segon pla i molts mitjans públics s'han transformat en un altaveu del partit polític que està en el poder. Ha ocorregut en el cas de Radio Televisió Espanyola, tant a les etapes socialistes com a les dels populars, tot i que estos últims sempre s'han caracteritzat per fer eixe control partidista més evident. I també ha ocorregut en el cas d'algunes televisions autonòmiques com TeleMadrid o *la nostra* RadioTelevisió Valenciana.

Ens centrarem en este últim cas, el d'RTVV, perquè és el que ens queda més a prop i d'on més exemples de manipulació mediàtica, i contrastable, podem trobar. En tenim molts, però analitzarem el cas del Cabanyal, concretament els fets ocorreguts el 8 d'abril de 2010, on es van produir càrregues policials mentre uns veïns intentaven evitar els enderrocaments d'edificis. El tractament, l'ordre del muntatge, i l'ús de les paraules són les claus utilitzades per distorsionar la realitat i mostrar-la d'acord a uns determinats interessos. L'informatiu de Canal 9 del 8 d'abril de 2010¹ va dedicar els seus primers 6 minuts a parlar del que havia passat eixe mateix matí al barri del Cabanyal. El noticiari comença amb la presentadora Maribel Vilaplana fent una xicoteta introducció de la situació viscuda al barri. A les imatges que es mostren al sumari apareixen imatges de la policia carregant. També apareixen imatges de les dos persones que es pujaren damunt l'excavadora. Tot açò acompanyat de la veu en off de Maribel Vilaplana descrivint l'escena com a «batalla campal la que s'ha viscut este matí al barri del Cabanyal de València entre les forces de seguretat i un grup de gent que estava intentat tornar a impedir el treball de les màquines excavadores.» Tot i que en cap moment fa referència a qui ha iniciat els aldarulls, les seues paraules fan entendre que l'actitud dels manifestants ha desembocat en les càrregues. També, com apunta Vicent Baydal (2010) a les imatges només veiem colps per part d'una banda, la policia. La gent només rep colps. Després del sumari la notícia es tracta des de plató amb Vilaplana que la introduïx de nou fent creure que han estat els manifestants els culpables: «un grup de gent s'ha assentat al carrer i, com han vist, han increpat els agents». A les imatges novament es veuen manifestants rebent colps i en tot cas l'únic «increpat» ha estat

1 Hem utilitzat este vídeo per fer l'anàlisi <http://www.youtube.com/watch?v=KX9hwBYa9pw>

el conductor de l'excavadora al que un manifestant li diu «para la puta màquina». Després es dona pas a la periodista Amàlia, que també des de plató explica els fets repetint els arguments de Vilaplana i donant pas a Carme Monteagudo que es troba en directe al barri. Segons esta última periodista la «batalla campal» ha començat quan la policia tractava d'obrir pas a l'excavadora. Cert. Només omet que l'actitud de la policia ha estat des del principi violenta. Conforme l'excavadora avançava la policia corria al seu voltant colpejant a qualsevol persona que estiguera pel carrer, independentment que fóra un manifestant o una persona de pas (jo mateix, que vaig arribar a l'hora en que arribava l'excavadora, vaig haver de córrer per no rebre colps). A més, seguidament ho descriu com a «20 minuts de lluita entre la policia i la Plataforma *Salvem el Cabanyal* (...) la policia ha hagut de carregar». Després de la intervenció de la periodista es dona pas a la notícia editada en la qual la veu off repetix que els aldarulls han començat en arribar la màquina escortada per la policia. Torna a ometre l'actitud violenta de la policia i tira la culpa a «joves de fora del barri» que «han començat a increpar les forces de seguretat». Després alterna imatges d'alguns contenidors bolcats pels «joves de fora del barri» amb les dels veïns asseguts a terra cridant «Salvem el Cabanyal» per acabar dient que els enderroc es produïxen a edificis en zona no protegida. Per acabar, la següent peça informativa es dedica a defensar el projecte del PP per al Cabanyal, criticant l'actuació del govern central, en aquella època en mans del PSOE, i també a l'oposició valenciana on fa l'enginyós (?) joc d'alternar la locució «el PSPV, Compromís i Esquerra Unida fan d'este conflicte **bandera**» i alternar-lo amb imatges d'estelades. La notícia acaba mostrant als veïns que sí que estan a favor de la prolongació de l'avinguda i dient que estos veïns «denuncien que dins de la Plataforma [*Salvem el Cabanyal*] hi ha molts que no viuen al barri» i en eixe moment es torna a les imatges dels aldarulls, relacionant la Plataforma *Salvem el Cabanyal* amb la violència viscuda al barri eixa setmana.

Però no solament Canal 9 va manipular els fets d'aquells dies. A Cuatro tampoc es van quedar curts.² Comença el vídeo amb imatges de les càrregues contra la gent que esta seguda. Després comença la intervenció de la presentadora: «esto es lo que ocurría esta mañana en el barrio del Cabanyal. Los vecinos protestaban contra los derribos...» i en eixe moment posen imatges d'alguns joves llançant pedres i objectes. Després continua «los antidisturbios estaban protegiendo la excavadora. Los vecinos protestaban, respondían arrojando objetos (...) y así es como han respondido los agentes». Una vegada més tracta de justificar la càrrega policíaca insinuant que els veïns han estat els qui han començat els aldarulls tot i que va ser just al contrari. L'ús del muntatge, alterant l'ordre de les imatges, ajuda a reforçar esta idea. A la peça informativa a la que es dona pas a continuació es reitera el mateix argument.

El tractament informatiu que es sol fer pel que fa a manifestacions i protestes sol ser sempre el mateix a la majoria de mitjans de comunicació: criminalitzar. Es tracta de justificar d'alguna manera l'actuació policíaca, arribant a alterar l'ordre de les imatges com hem vist al cas anterior, o exagerant el comportament dels manifestants en altres casos. En casos com estos és on entren en joc i prenen importància els anomenats *mitjans alternatius* o *mitjans de comunicació alternativa*. Durant els successos d'abril de 2010 al Cabanyal un d'estos mitjans, Radio Klàra, va fer una demostració de la seua importància com a punt de *contrainformació*. La cobertura del que passava és digna d'admiració quant a esforços invertits de la gent que va fer el seguiment. Durant tots els matins d'aquella setmana la ràdio va estar en tot moment informant amb precisió i en directe de qualsevol novetat que tinguera lloc. En especial el dia 8, en el qual, al no haver-hi representants polítics, la presència de mitjans *convencionals* era menor i els pocs que hi havia ja hem vist el tractament que van donar. En produir-se les càrregues es va contactar amb diverses persones que estaven a la zona dels fets i que ho havien viscut en directe. Per exemple a l'entrevista telefònica realitzada a Ernesto (2010), veí del barri, este mostra una versió diferent de la que donen el mitjans convencionals i més aproximada al que va passar: «de repente ha venido la policia nacional escoltando la excavadora. Sin mediar palabra la policia nacional ha disparado bolas y ha empezado a cargar

2 Hem utilitzat este vídeo per fer l'anàlisi http://www.youtube.com/watch?v=Ua5rq_7CCEU

contra la primera gente que habia delante de nosotros». Acte seguit explica com la policia carrega contra els que estaven asseguts al cantó per impedir el pas de l'excavadora.

Però no solament RàdioKlara es va encarregar eixos dies de contradir les informacions oficials. Pluràlia TV, una webTV ja desapareguda, mostra a un dels seus reportatges³ com un policia agredix un manifestant, un dels joves *antisistema* tan criminalitzats a les notícies anteriors, sense cap motiu. Com bé apunta la locució del vídeo «de repente un policia al paso de un chaval de aspecto radical, pero de conducta pacífica, le suelta un mamporro». Més avant, encara que sense confirmació audiovisual, la locució afirma que «escuchamos como les dan órdenes de pegar en las caderas antes de que pase nada». Esta versió coincidix amb l'oferida per Esteban, l'entrevistat per RàdioKlara, mostrant com fou la policia qui va provocar els aldarulls.

Definir comunicació alternativa i comunicació per al canvi social

Arribats a este punt, i havent introduït per damunt el paper de Ràdio Klara i Pluràlia TV a algunes mobilitzacions, caldria definir què és, o millor dit, què entenem per comunicació alternativa. Hem iniciat este escrit repassant l'Anàlisi del Discurs, mostrant les relacions poder econòmic i poder mediàtic i analitzant el tractament que es fa de les mobilitzacions populars. I és que els mitjans de comunicació alternativa agafen estos conceptes per donar-los la volta. Barranquero i Sáez (2010) fan una primera aproximació definint-la com allò que agrupa «los diversos modos de discurso presentes en la esfera pública que no forman parte de la esfera burguesa -a la que se oponen y de la que a menudo son excluidas». A més, estos dos autors fan una distinció entre comunicació alternativa i comunicació per al canvi social. Tot i que hui en dia les diferències són mínimes entre estos dos models de comunicació i molts autors parlen només de *comunicació alternativa*, el seu origen és diferent i cal fer un repàs històric per a entendre'ls millor.

La comunicació alternativa i la comunicació per al canvi social tenen els seus orígens en l'anomenada «comunicació per al desenvolupament». Esta naix als anys 50, i més o menys al mateix temps, a dos llocs tan diferents com eren els EUA i Amèrica Llatina (Beltran, 2005). Encara que la finalitat dels models de comunicació era la mateixa, el canvi social, l'una naix amb una visió distinta a l'altra. Podríem dir que la comunicació per al canvi social té el seu origen en la *comunicació per al desenvolupament* que difonia els EUA i alguns organismes internacionals tals com la FAO, la ONU, la UNESCO, i també fundacions privades com la Rockefeller, entre altres. L'enfocament d'este model de comunicació era paternalista i *modernitzador*. Es pretenia a través de la comunicació que els països del Tercer Món i els països en desenvolupament, i en especial Amèrica Llatina, superaren els valors de la *societat tradicional* per donar pas a altres associats al Primer Món com la industrialització, l'alfabetisme, la participació als mitjans de comunicació de masses i la participació en política. D'alguna manera es pretenia difondre la visió dels EUA i els països occidentals a la resta de països. El problema és que es feia amb una mirada de superioritat respecte a les cultures de les regions on es dirigien els programes comunicatius.

Mentre eixe model de comunicació es difonia en naixia alhora un altre amb una concepció diferent, del qual podríem dir que prové l'actual concepte de *comunicació alternativa*, ja que partia dels moviments socials de base d'Amèrica Llatina. A este moviment confluien tot tipus d'experiències populars (indígenes, feministes, camperoles, etc.) que utilitzaven la comunicació com a eina d'empoderament davant de la discriminació que patien per part del poder. Construïen un discurs adaptat a la seua realitat i a les seues necessitats amb una organització horitzontal i participativa.

3 A este enllaç es pot veure el reportatge en qüestió <http://www.youtube.com/watch?v=KWVLkTtotal>

Així doncs ens trobem amb dos models que tot i que tenien una finalitat *transformadora* partien de bases i visions molt distintes. Amb el temps, la comunicació propugnada pels EUA i organismes internacionals cau en declivi i amb el temps s'acaba repensant el model, llevant-li els aires de superioritat inicials i la visió post-colonialista i fent-la més participativa: comunicació per al canvi social. Per tant, les diferències entre un model de comunicació i l'altre hui en dia en són poques, i moltes vegades es posen les dos «al mateix sac». La diferència vital continua sent si estes naixen impulsades o promogudes *des de dalt* o construïdes i erigides *des de baix*.

Nosaltres ens quedarem i aprofundirem en el concepte de *comunicació alternativa* ja que és el que ens queda més pròxim i el més estès a l'estat espanyol i Europa. Encara que Barranquero (2010), el mateix que al principi del seu escrit les distingix, després decidix mostrar els punts en comú que estos dos models de comunicació tenen hui en dia:

- Orientació crítica i compromís amb una praxi transformadora.
- Metodologies participatives i localitzades.
- Interdisciplinarietat, hibridació teòrica i perspectiva cultural.
- Crítica als models comunicatius imperants.

Estos són els principals punts amb els que definix Barranquero la comunicació alternativa i per al canvi social, els quals coincidixen en gran part amb la definició que atorga Xavi Ginés (2010) als mitjans alternatius valencians. Si bé, abans de definir els mitjans alternatius Ginés es fa algunes preguntes, ja que el context social valencià és diferent al de la resta de l'estat:

«Com es determina quins mitjans són marginals o oposats al sistema? I què vol dir en aquest context un discurs invers al dominant? (...) els mitjans que s'expressen en valencià, tot i que poden fer servir un discurs proper al dominant, són alternatius pel fet que el valencià és una llengua "postergada", marginal entre els mateixos mitjans de comunicació dominants? Els mitjans *antisistema* que usen el castellà no deixen de ser alternatius tant que fan ús de la llengua imposada històricament i actualment per l'elit dominant?». (Ginés, 2010, p217)

En un context valencià els mitjans que utilitzen la llengua pròpia podrien considerar-se com a alternatius pel fet plantejar una alternativa informativa a allò existent, ja que al País Valencià no tenim cap mitjà (estricteament) nacional i encara menys en la nostra llengua, llevat de RadioTelevisió Valenciana. La resta de mitjans són estatals o els considerats *valencians*, com Levante i Las Provincias formen part de grups mediàtics a nivell estatal, a més d'utilitzar el castellà com a única llengua d'expressió. Tot i això, i cenyint-nos a les definicions més esteses de *mitjà alternatiu* o *comunicació alternativa* estos mitjans valencians i en valencià no podrien considerar-se com a tals ja que no plantegen un discurs rupturista més enllà de l'àmbit nacional i lingüístic. Pel mateix motiu, Ginés descarta els mitjans *antisistema* que utilitzen el castellà com a alternatius. Per a concloure, acaba definint com a mitjans alternatius aquells que recullen estes característiques:

- Organitzativament siga alternatiu: horitzontal, assembleari, amb molt de treball voluntari...
- Lingüísticament s'expressi en valencià totalment o en gran mesura.
- Aporte continguts transformadors, contra el sistema dominant
- Done veu a la ciutadania, amb fórmules com el periodisme ciutadà, als col·lectius dels moviments socials...

Els mitjans alternatius al País Valencià

Per tant, partint de la definició de Ginés al País Valencià podem considerar com a alternatius Ràdio Klara, Ràdio Malva, Ràdio Mistelera, Ràdio Artegalia, Nonada, PluràliaTV, MelderomerTV, i altres. A continuació farem una revisió als mitjans alternatius més destacats que podem trobar al País Valencià.

Ràdio

La principal ràdio lliure⁴ que tenim al País Valencià és Ràdio Klara. Naix l'any 1982 impulsada pel moviment anarquista. Actualment és l'única ràdio lliure de l'estat amb llicència per a emetre. S'autogestiona econòmicament gràcies a les quotes dels socis i dels locutors dels diferents programes que es fan. Des de fa alguns anys també accepten publicitat comercial, però només de determinades organitzacions i de xicotets comerços de la ciutat de València. L'emissora té programes sobre actualitat, cultura, música, etc. També realitzen connexions amb altres ràdios lliures, sobretot d'Amèrica Llatina. Però on destaca Ràdio Klara, com hem vist abans, és en la informació de proximitat i les grans cobertures que fan quan hi ha conflictes socials com el del Cabanyal o la Primavera Valenciana⁵.

Altres ràdios valencianes són Ràdio Malva, Artegalia Ràdio, Radio Mistelera, i Ràdio Aktiva. D'estes, el cas més destacable és el d'Artegalia. Constituïda l'any 2005 com a associació cultural naix amb el propòsit d'oferir un espai als moviments socials i a les associacions culturals d'Alacant. L'associació Artegalia, a més, es finança oferint servicis de comunicació a empreses i realitzant cursos de formació. És un cas a tindre en compte a l'hora d'analitzar els modes de finançament dels mitjans alternatius, ja que la viabilitat econòmica sol ser el gran problema per a la seua continuïtat en el temps.

Premsa

Desgraciadament en el cas de la premsa impresa no comptem actualment amb cap mitjà estrictament valencià. A nivells dels Països Catalans sí existixen alguns mitjans impresos com *L'accent* i el setmanari *La Directa*.

En este punt caldria fer una menció especial a *L'avanç*, encara que ja no està en marxa, fou «un dels projectes més ambiciosos dels darrers anys pel que fa a la comunicació alternativa» (Ginés, 2010). Nascut l'any 1999, va ser periòdic quinzenal, d'entre 28 i 36 pàgines, i que es distribuïa a través dels quioscos de les comarques de València i Castelló, a més de per subscripció. El periòdic va arribar als 750 subscriptors i a les 2000 vendes d'una tirada de 5000. En 2008, després d'acumular molts mesos de pèrdues, el projecte va arribar a la seua fi.

Quant a la premsa en línia, actualment l'oferta és escassa. Podríem citar el cas d'Anna Notícies, una «agència de notícies» alternativa, tot i que la seua activitat és limita bàsicament a fer difusió de notes de premsa que els arriben. També tenim *barriodelcarmen.net*, una web vinculada al moviment anarquista del barri on recullen informacions i notícies locals així com també documentació i llibres d'ideologia llibertària. I *nonada.es* una espècie de magazin cultural però que sol tractar temes i tendències *oblidades* als mitjans convencionals a més de dedicar alguns articles a lluites socials.

4 Les ràdios de comunicació alternativa es fan anomenar a sí mateixes *ràdios lliures*.

5 Durant les protestes estudiantils de febrer de 2012, conegudes com la *Primavera Valenciana*, Ràdio Klara realitzà una formidable cobertura, interrompent la programació habitual per connectar en directe amb ciutadans que estaven al carrer vivint en primera persona les actuacions policials http://www.ivoox.com/cobertura-especial-en-construccio-primaveravalenciana-audios-mp3_rf_1061550_1.html

Televisió

Tampoc hi ha televisions alternatives al País Valencià. Hi hagué un projecte de televisió-web cooperativa, Pluràlia TV. Va nàixer el 2004 i realitzaven reportatges en format audiovisual sobre l'actualitat dels moviments socials. El projecte es va abandonar el 2011, any en què naixia un projecte semblant, però que no manté cap vincle amb l'anterior: Melderomer.tv. A l'igual que Pluràlia, realitzen reportatges audiovisuals d'actualitat amb una freqüència més o menys setmanal. Melderomer.tv fou creada i és gestionada per Melderomer Collectiu Audiovisual, l'associació organitzadora d'estes jornades i en la qual aprofundirem en el següent apartat del treball.

A l'estat espanyol, la situació es variada i depén del context de cada territori. La diversitat cultural, lingüística i social de cada comunitat fa quasi impossible resumir en un paràgraf la situació dels mitjans alternatius a l'estat espanyol. Comentarem només els casos més destacats. El primer d'ells, de recent creació, és *La Marea*. És un periòdic mensual que destaca pels seus reportatges d'investigació i actualitat. Fou creat per la cooperativa MasPúblico, nascuda arran de l'ERO que es va executar al diari Público pel tancament de la seua edició impresa. Un grup d'extreballadors s'uniren i crearen esta cooperativa, que a través de *Verkami* va aconseguir gran part dels fons necessaris per posar en marxa el nou projecte, *La Marea*. Tot i que la pretensió inicial era comprar el diari Público que es trobava en suspensió de pagaments. El diari actualment es distribuïx a les províncies d'Alacant, València, Barcelona i Madrid. Però se'n poden trobar punts de venda a gran part de les mitjanes i grans ciutats de l'estat.⁶ Altre projecte destacat, i amb alguns anys més de trajectòria, és *Diagonal*. Este periòdic de tirada quinzenal naix l'any 2005. El diari és editat per l'associació Punto y Coma i es finança a través de subscriptors principalment, i en menor mesura per les vendes i la publicitat. *Diagonal* es distribuïx per la comunitat de Madrid però, a l'igual que *La Marea*, es pot adquirir a alguns punts de venda de les principals ciutats de l'estat⁷. Compta amb 12 treballadors a jornada completa i 2 a mitja jornada (*Diagonal*, 2013). A nivell estatal no hi ha més mitjans alternatius, però a nivell *local* o regional, destacarien les televisions TeleK i Canal33, les dos de la ciutat de Madrid. Estes dos televisions destaquen pel seu caràcter social i comunitari.

Però estos exemples anteriors són excepcions, i al País Valencià, només hem tingut *L'Avanç* com a mitjà alternatiu *potent* comparables als esmenats a l'anterior paràgraf. Sembla que, llevat de les ràdios lliures que són les úniques que pareixen aguantar en el temps, els projectes de premsa i audiovisuals alternatius solen tindre curta durada, i sovint ser poc constants. La majoria d'estos projectes, realitzen diverses pauses temporals durant la seua trajectòria i molts no solen *tornar* després d'una d'estes pauses. Açò es deu moltes vegades a que el projecte recau en un grup reduït de persones, i el desgast les obliga a descansar o moltes vegades abandonar. Però sobretot, el principal problema al que s'enfronten els mitjans alternatius és el finançament. Ser independents i alhora autosuficients sembla complicat. La majoria d'estos mitjans es finança quasi exclusivament mitjançant les quotes dels seus membres així com també de donacions, que solen ser escasses. També està el cas de Ràdio Klara que a més de les quotes, també obté ingressos per publicitat. O Artegàlia, que realitza cursos de formació i oferix servicis per a empreses. Alguns mitjans escrits també estan trobant una eixida en les subscripcions, és el cas de *La Directa* o *La Marea*. En altre moment les subvencions per política lingüística també eren una ajuda. Siga com siga, cal trobar un model que faça viables els mitjans alternatius per a que estos puguen perdurar i això passa entre altres per sumar gent. En altres territoris com el català sí hi ha una cultura associativa major, però al País Valencià és escassa, més enllà de la Falla o la Banda de Música. Els pocs militants i

6 Ací es pot veure la llista completa de ciutats i punts de venda de *La Marea*
<http://www.lamarea.com/2012/12/21/los-lectores-de-la-marea-organizan-redes-para-llevar-el-periodico-a-sus-ciudades/>

7 Ací es pot consultar la llista completa de ciutats i punts de venda de *Diagonal Periódico*
<https://www.diagonalperiodico.net/acerca-de/distribucion>

socis d'algun col·lectiu ho solen ser alhora de 3 o 4 més, cosa que desgasta i fa que molts projectes no puguin tirar avant. La conscienciació i la mostra que la comunicació alternativa és important per a una societat són necessàries, no solament per consolidar estos mitjans, sinó per crear una societat més crítica, més informada i més activa. I en este rol juga un paper fonamental la **universitat**.

La situació de la comunicació alternativa als plans d'estudis

La universitat sempre ha estat considerada com una eina de transformació social, tant per les seues aportacions teòriques com pels avanços tècnics i científics. Sempre han estat centres d'estudi i de pensament que han mantingut certa independència respecte del poder polític. Pel que fa al camp de la comunicació, no falten a les carreres de Periodisme i Comunicació Audiovisual, alguna assignatura on es tracten les teories del discurs, l'economia política o el post-modernisme. Tot i això, el camp d'estudi concret en què es centra este treball, la comunicació alternativa, sol ser la gran oblidada als plans d'estudis i als grups d'investigació. I més, en un context com l'actual, després d'una reforma del sistema universitari, el conegut com a *Pla Bolonya*, on es prima cada vegada la pràctica i els valors del mercat, deixant en segon pla la teoria i l'ètica.

Si analitzem els plans d'estudi de les carreres de Comunicació Audiovisual i Periodisme a les universitats públiques espanyoles podem comprovar com a la majoria d'elles no hi ha cap assignatura dedicada a la comunicació alternativa, ni tan sols a la comunicació ciutadana o participativa (deixant en segon pla l'aspecte del discurs contestatari). I el que pot ser és més preocupant: el pes de les assignatures dedicades a *teories de la comunicació* se sol limitar en la majoria de casos a una sola assignatura o en alguns casos a ninguna.

Al este [enllaç](#)⁸ podreu trobar un recull dels plans d'estudi de Comunicació i Periodisme de totes les universitats públiques espanyoles on s'impartixen estes titulacions. Hem destacat en color groc aquelles assignatures on s'estudien les teories de la comunicació, així com les d'anàlisi del discurs, les de perspectives de gènere, o ètica i deontologia. En verd hem destacat aquelles que fan referència explícita a la comunicació alternativa i per al canvi social o bé les que tracten la comunicació ciutadana i participativa. A l'annex A podreu trobar unes taules-resum d'esta informació, que ara analitzem.

La majoria de les universitats continuen mantenint l'assignatura de *Teoria de la comunicació*, ja siga amb eixe nom o amb altres com *Teoria de la Informació* (UCM), *Fonaments de la Comunicació i la Informació* (UM) o *Teoria i estètica de la comunicació de masses* (UPV). A Comunicació Audiovisual, 21 de les 25 universitats que la impartixen tenen assignatures d'este estil. Les que no la tenen, com és el cas de la Universitat de Girona, la Politècnica de Catalunya, la Carlos III i la Universidade da Coruña és perquè centren les carreres en la part pràctica i més enfocada al cinema, l'animació o els videojocs, amb poca presència de matèries teòriques. Tot i això, universitats amb plans d'estudis similars, com és el cas del Campus de Gandia de la UPV, sí que inclouen assignatures de teories de la comunicació i anàlisi del discurs com són la ja nomenada *Teoria i estètica de la comunicació de masses* i *Teoria i ecologia del mitjans audiovisuals*. Una altra matèria igualment important per a futurs comunicadors com seria l'*ètica i deontologia periodística* només apareix a 6 de les 25 universitats que oferten Comunicació. Quant a les assignatures que tracten sobre comunicació alternativa només trobem una assignatura a la Universitat de Màlaga, *Comunicación audiovisual y cambio social*. Malauradament la Universitat de Màlaga no aporta al seu web més informació sobre esta

8 Si consulteu esta memòria en versió impresa, l'enllaç és este <http://www.scribd.com/doc/157902399/Plans-d-estudis-de-CAU-i-Periodisme-de-les-universitats-publiques-espanyoles> També podeu entrar al meu perfil de Scribd.com i cercar el document entre els diversos que hi ha pujats <http://www.scribd.com/Enric-Capoll>

matèria.

L'enfocament pràctic i cada vegada més multidisciplinari que té la carrera de Comunicació Audiovisual fa que vagen perdent terreny les assignatures teòriques. Periodisme en canvi encara sembla mantindre's essencialment teòrica i és on trobem més assignatures de teoria de la comunicació, del discurs, de gènere, i alguna més relacionada amb la comunicació alternativa. A Periodisme, les 21 universitats que l'oferten tenen almenys una assignatura de teoria de la comunicació. Pel que fa a la *ètica i deontologia*, són 11 les universitats que tenen alguna assignatura al respecte. No obstant, altres entenem que inclouran eixa matèria dins d'altres assignatures com *Periodismo social y educativo* (Universitat de Sevilla). Esta assignatura a més, almenys a llicenciatura⁹, tenia entre els seus objectius «conocer en profundidad la forma de actuar de las organizaciones sociales que componen el Tercer Sector y su relación con los medios de comunicación» (Departamento de periodismo - US, 2002, p1). A esta mateixa universitat trobem també l'assignatura *Comunicación para el Desarrollo Social* (sense informació a la web). A la Universitat Carlos III de Madrid i a la Euskal Herriko Unibersitatea trobem una assignatura sobre *comunicació i participació ciutadana a la xarxa*. A totes dos universitats es tracten les novetats que aporta Internet al món de la comunicació, el paper que juguen les xarxes socials, i la participació ciutadana a través de diverses eines 2.0. A més a la Carlos III sí que dediquen un apartat al «(Ciber)activismo o activismo en la red» (Sandoval, 2013) i la funció d'este en revoltes de la Primavera Àrab, el 15M o el moviment Occupy Wall Street. També hi ha un bloc dedicat al concepte de *periodisme ciutadà*, el *crowdfunding*, i la política a través dels *social media*.

Per acabar l'anàlisi, cal destacar el cas del Grau en Periodisme a la Universidad de Santiago. Podem trobar fins a 3 assignatures (la mateixa quantitat que hem trobat a la resta de l'estat) de temàtica relacionada amb la comunicació alternativa i els moviments socials, i totes elles obligatòries. Per començar, a primer de carrera trobem l'assignatura *Instituciones Políticas e Movimientos Sociales Contemporáneos* que si bé no parla de la relació entre estos i la comunicació, forma part d'una introducció necessària a la temàtica per a les altres dos assignatures. A segon curs trobem l'assignatura *Comunicación Interpersoal e Comunitaria*. Ací ja s'entra en matèria i es definix el concepte de comunicació comunitària així com les seues característiques: «interese, participación, escala técnica, alternatividade, territorialización (local, sub local, virtualidade), proximidade, acceso, apropiación, reconocimiento.» (Martínez, 2013). Després a tercer està l'assignatura *Teorías da Comunicación e da Informação* i per acabar la carrera, a 4t trobem *Movimentos xornalísticos e comunicação cidadá*. Al contingut de l'assignatura es pot veure que una gran part de la temàtica tracta al voltant de la comunicació alternativa i la participació ciutadana: «Conceptualización e análise do desenvolvimento da comunicação alternativa. Estudo dos modelos, dos actores e das estratexias dos medios no contexto da informação alternativa. Producción da comunicação e impacto e participação da cidadanía.» (López, 2013)

Quant als postgraus, cal destacar-ne dos: *Máster en comunicación y desarrollo*, a la Universitat Pablo de Olavide i la Universitat Internacional d'Andalusia; i el *Máster de Comunicación con Fines Sociales: Estrategias y Campañas* de la Universitat de Valladolid. Encara que cap dels dos es centra en la *comunicació alternativa* sinó en la *comunicació per al desenvolupament*, o *comunicació per al canvi social*. Comunicació des d'ONG i organismes internacionals, bàsicament.

Com veiem, de les 21 universitats que oferten periodisme només 4 inclouen alguna assignatura sobre comunicació alternativa i per al canvi social. Moltes vegades la no-inclusió d'esta matèria es deu a desconeixement del tema, per enfocament de la carrera, o bé per falta de temps, com es veu a esta enquesta que Barranquero i Sáez (2010) realitzaren a alguns

9 A la web no està penjat el programa de l'assignatura per al Grau en Periodisme, només està el de Llicenciatura.

companys professors i investigadors de la universitat:

Raons per no incorporar la comunicació alternativa als programes	N
Falta de temps	5
Enfocament del curs	5
Falta de coneixement del tema	2
No respon	2

L'enquesta va ser realitzada l'any 2010, any en què la crisi del sector ja venia de llarg, i on la precarietat laboral i l'abús dels becaris ja estava a l'ordre del dia a les empreses de comunicació. En estos anys la situació s'ha agreujat considerablement i a la precarització del treball s'han sumat els ERO a gran part de les empreses i el tancament d'alguns mitjans. A més, molts dels treballadors acomiadats han anat sent substituïts per becaris que, sense cobrar, realitzen el mateix treball que feien els antics assalariats (Muñoz, 2013). Esta situació fa que molts joves decidisquen provar sort a nous mitjans i provar nous models de comunicació i de finançament, fugint de la precarietat i realitzant-se com a professionals. Tot i això, ja hem vist que molts dels mitjans alternatius tenen problemes per aconseguir la viabilitat econòmica, sobretot hui en dia amb l'actual situació de crisi.

No obstant això, i per conèixer més de prop l'opinió dels mateixos estudiants, hem realitzat una enquesta a estudiants de comunicació i periodisme, utilitzant els formularis de Google Drive com a eina i difonent-la per les xarxes socials i correu electrònic. L'enquesta fou contestada per 39 alumnes, dels quals 20 estudien a la UAB, i 9 a la Rovira i Virgili. La resta estudien al Campus de Gandia (6), la UV (1), la UJI (1), l'UHM (1), i la Universidad de Santiago (1). La majoria d'ells estudien Periodisme (25). 13 estudien Comunicació Audiovisual i 1 estudia Publicitat i RRPP¹⁰. L'enquesta és il·lustrativa, sense pretensions de valor estadístic -per al qual caldria passar-la a un nombre significatiu de subjectes, entre altres requeriments metodològics.

Com es desprèn de les respostes obtingudes, un 72% dels estudiants enquestats preferixen provar sort a estos nous models de comunicació abans que ser explotats a grans empreses de comunicació. En esta línia, una estudiant de Periodisme de la UAB apunta que «Estem en un moment on ens hem de reinventar i aquesta pot ser una bona alternativa» i una companya seua afig «La empresa [sic] "cooperativa" i la finançament [sic] ciutadana o micromecenatge podria ser-hi una alternativa per canviar la precarietat l'aboral que periodistes i comunicadors vivim en aquest sector». Hi ha una predisposició per buscar nous models a la comunicació, i fer-la viable, sense lligar-se al poder polític i econòmic. Sens dubte no resultarà senzill trobar solucions, per això justament la universitat hauria de ser capdavantera en la recerca d'eixos models. Malauradament, la universitat sempre ha pecat d'anar a un ritme més lent del que avança la societat i la mostra està en la poca presència de la comunicació alternativa i els mitjans lliures tenen a les carrers universitàries. És eixe un dels motius pels que naixen estes jornades. Per reflexionar al voltant de tot el que hem exposat. I per servir de llavor o de reforç als nous canvis que cal introduir a la universitat i al sector comunicatiu.

¹⁰ Les respostes de l'enquesta es poden consultar a l'ANNEX B

Casos previs

Abans de començar amb el desenvolupament de la planificació del nostre projecte caldria fer un xicotet repàs a altres jornades similars que s'han organitzat al Campus de Gandia i altres universitats de l'estat espanyol.

Comunica2

El primer d'ells seria el Comunica2.0, que es celebra tots els anys al Campus de Gandia. Si bé la temàtica és diferent a la del nostre cas, és un dels exemples que tenim com a referència a l'hora d'organitzar les nostres jornades. L'organització d'este congrés és segurament la més complicada dels tres exemples que tenim com a model, sobretot per la *grandesa* de l'esdeveniment. La temàtica del congrés gira al voltant del *social media*, la comunicació 2.0. La temàtica i els ponents convidats, molts d'ells gent amb cert renom al món de la comunicació, fa que tinga una repercussió notable als mitjans i que l'assistència siga nombrosa.

Pàgina web: <http://www.comunica2gandia.com/>

Jornades de Contrainformació de la UV

Estes són potser les més paregudes, quant a temàtica i estructura, respecte de les que volem organitzar nosaltres. Les jornades consten de 3 dies seguits amb xarrades de matí i vesprada, excepte el primer dia, que és només de matí. El format és de conferències de diverses temàtiques al voltant dels mitjans de comunicació i la invisibilització de determinats discursos.

Pàgina web: <http://jornadescontrainfo.blogspot.com.es/>

Jornades de comunicació alternativa UPF

Estes jornades també s'aproximen prou a les que volem organitzar nosaltres. L'estructura és un poc diferent ja que en este cas són 7 xarrades, repartides en una per dia, i en unes dos jornades per setmana, mai en dies seguits. La primera d'estes jornades va tindre lloc el 21 de gener i l'última el 13 de febrer. En este cas en concret també ens ha agradat el disseny, molt més senzill i agradable a la vista que el de les jornades a la UV.

Pàgina web:
<http://jornadesupfp9.wordpress.com/>

Entitat organitzadora: Melderomer Collectiu Audiovisual

La idea d'organitzar estes jornades naix de la proposta inicial d'un professor del Campus de Gandia, Josep Àngel Mas, del Departament de Lingüística Aplicada. Es volia organitzar algun esdeveniment on alumnes del Campus mostraren els seus treballs de caràcter reivindicatiu o cultural i on es mostrara als estudiants que la carrera de Comunicació té més eixida més enllà de la purament comercial o lucrativa. Amb el temps, els membres del collectiu Melderomer, format per estudiants del Campus, adopten esta idea i la desenvolupen fins crear les jornades de les que tracta este treball.

¿Què és Melderomer? Història del collectiu

Melderomer Collectiu Audiovisual és una associació cultural sense ànim de lucre creada a l'abril de 2011 per estudiants del Campus de Gandia. El collectiu naix «fruit de la indignació d'un grup de joves que, cansats de la situació política, econòmica i social que viu el País Valencià, decidixen organitzar-se fent el que millor saben: comunicar.» (Melderomer, 2011).

El collectiu naix de la idea d'estudiants del campus que volien fer un documental o reportatge extens sobre el tancament dels repetidors de TV3 al País Valencià. Però la inexperiència en el sector i la poca visibilitat que tindria fer un documental «sense una marca» coneguda van fer que la idea es quedara en segon pla i s'apostara primer per crear un collectiu i una marca. És així com es un matí d'abril es decidix crear un *collectiu audiovisual* amb el que realitzar xicotets vídeos virals per anar difonent *la marca*. L'associació naix en un context electoral, motiu pel qual els primers vídeos foren *contraespots* electorals com *I tu com vols la teua Comunitat?*¹¹ o *Hospital de Lliria. Tu i jo som País.*¹² Els dos són paròdies d'espots oficials¹³ de la Generalitat Valenciana. El primer spot, cridant a votar a les eleccions, va ser retirat per la Junta Electoral (ELMUNDO.es, 2011) per ser marcadament partidista. Cal destacar també, el vídeo *Què passa si no votes?*¹⁴ Que va tindre un gran èxit a les xarxes socials, arribant a les 300.000 visites en una setmana. Pocs dies abans de les eleccions, sorgix el moviment 15M. Les places de les ciutats són ocupades per ciutadans *indignats* per la situació política i econòmica del país. Ací es produïxen les primeres preses de contacte del collectiu amb la informació d'actualitat. Durant aquells dies es realitzaren dos reportatges sobre el 15M, un de l'acampada a la plaça de l'Ajuntament de València¹⁵ i un altre sobre la primera assemblea a Gandia¹⁶.

Encara que el perfil de Melderomer no estava massa definit des del principi, i es va iniciar amb vídeos més *artístics* alhora que crítics, la irrupció del 15M marca un canvi en el funcionament el collectiu. A més, poques setmanes després, i havent passat ja les eleccions, el Conseller d'Educació anuncia que les línies en valencià seran eliminades per adoptar un pla plurilingüe. Des d'eixe moment es decidix començar a treballar en el format reportatge. Es fa un primer vídeo amb entrevistes a polítics i músics valencians¹⁷ en defensa de l'ensenyament en valencià. Durant els pròxims mesos, de juliol a gener, es fan diversos reportatges més, com un sobre la Fira Autogestionada de Gandia o *Els Portadors de Somnis* sobre la Casa de Joventut La

11 [YouTube] I tu, com vols la teua Comunitat? <http://www.youtube.com/watch?v=CKs6SYwWlQY>

12 [YouTube] Hospital de Lliria. Tu i jo som País <http://www.youtube.com/watch?v=KuwgRaoCx7c>

13 El primer spot va ser retirat per la Junta Electoral i eliminat del YouTube de PresidenciaGVA, tot i això es pot veure a esta notícia de *El Mundo*

<http://www.elmundo.es/elmundo/2011/04/15/valencia/1302871780.html>. El segon spot es pot veure a YouTube: *Hospital La Fe. Generalitat Valenciana* http://www.youtube.com/watch?v=_xEmj2QmCU8

14 [YouTube] Què passa si no votes? <http://www.youtube.com/watch?v=fD46sl7bHxI>

15 [YouTube] Raons per anar a l'Acampada València http://www.youtube.com/watch?v=kr8nHv2_hYM

16 [YouTube] #acampadagandia 1a assemblea 19/05/11 <http://www.youtube.com/watch?v=0t0YJTkeFnE>

17 [YouTube] Som de la línia #síaivalencià <http://www.youtube.com/watch?v=BqILpFhUGEs>

Maranya, un projecte en col·laboració amb esta entitat. És a partir de gener, arran de la creixent conflictivitat social, quan Melderomer.tv s'acaba de configurar com a el que és hui en dia: un mitjà de comunicació alternativa que aposta pel format audiovisual. Es produïxen manifestacions, concentracions, tancaments a instituts, ocupacions de facultats. Allà on hi ha algun esdeveniment d'este tipus hi ha algun membre del col·lectiu gravant. Des d'aleshores s'inicia un ritme de treball més constant, amb reportatges setmanals de curta durada, i amb una cobertura de les manifestacions en directe a través de Twitter. Dels 11 vídeos realitzats durant els primers 8 mesos de vida del col·lectiu, es passa a 36 realitzats en els 8 pròxims. A dia de hui hi ha 96 vídeos al canal de YouTube de Melderomer i 599 fotos al perfil de Flickr.

Entre projectes destacats, caldria destacar el documental *MengemSA*, la idea del qual va nàixer a juliol de 2011 com un reportatge de curta durada sobre agricultura ecològica. Amb el temps, i vista l'enorme quantitat de informació que hi havia, es va decidir transformar-lo en un documental de 43 minuts. El documental ha sigut presentat a moltes ciutats del País Valencià, començant per Benimaçlet i Gandia. El documental es pot veure a Internet des de març de 2013.¹⁸ També cal destacar la col·laboració del col·lectiu al programa de LevanteTV *Pedra, Paper i Tisora*, impulsat per BarretFilms i que ha servit per traslladar part de les reivindicacions ciutadanes a la televisió.

Per totes estes activitats Melderomer.tv va ser guardonat amb *el premi al mitjà de comunicació més compromés amb la gent jove* atorgat pel Consell Nacional de la Joventut de Catalunya. (CNCJ, 2012)

Activitats

Melderomer.tv és un projecte en constant evolució, en què s'introdueixen canvis cada cert temps. S'afigen noves seccions, nous formats, se'n retiren d'altres. El col·lectiu va evolucionant conforme les circumstàncies dels seus membres. La falta d'un finançament estable fa que el treball dels col·laboradors siga totalment altruista. Tot i això, i després de dos anys i mig de recorregut pareix haver-se trobat la forma d'organitzar correctament el col·lectiu per tal de dur-lo avant sense que supose una càrrega, ni econòmica ni d'excés de treball, per als seus membres. A continuació farem un repàs de les principals activitats que realitza actualment el col·lectiu.

- **Reportatges audiovisuals:**

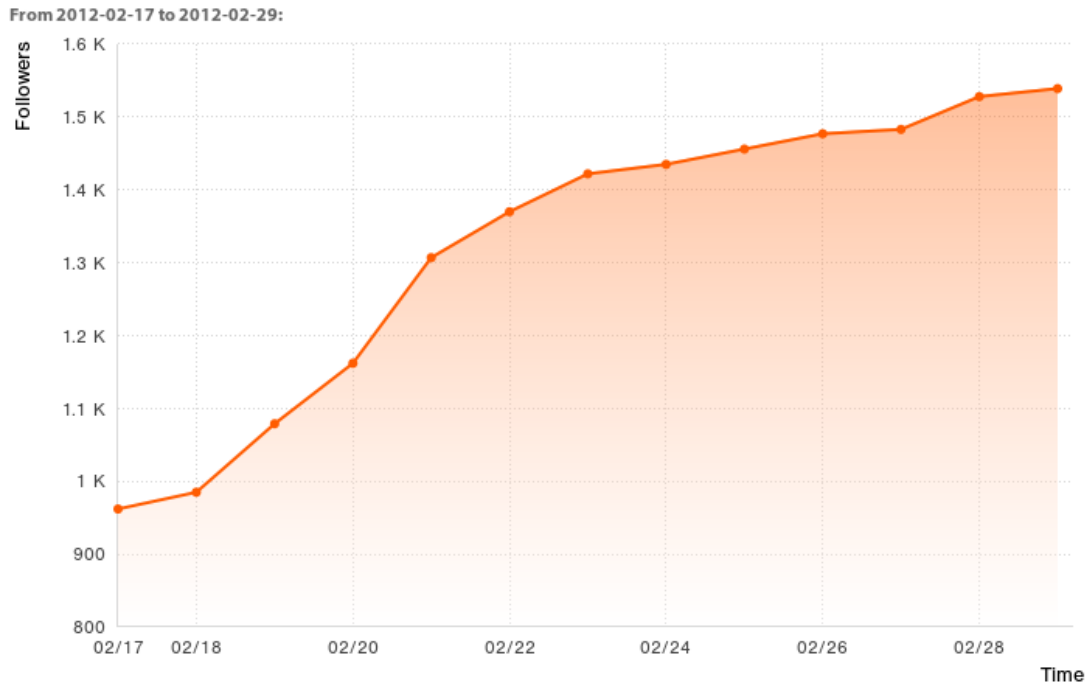
Com hem comentat abans, Melderomer s'ha consolidat com un mitjà de comunicació alternativa que aposta pel format audiovisual. Es realitzen reportatges amb una freqüència aproximadament setmanal. De vegades, es fan diversos vídeos en una setmana i hi ha setmanes on no se'n fa cap. Tot depèn de la quantitat de mobilitzacions que hi haja eixa setmana i de la seua transcendència.

- **Activitat a les xarxes socials:**

Un dels punts forts del col·lectiu és la seua activitat a les xarxes socials. Sense ella hauria resultat impossible mantindre el gran nombre de públic que tenim actualment. A època d'exàmens, ja que la majoria de membres són estudiants, i al mes d'agost, la producció de continguts audiovisuals s'atura. En canvi les xarxes es mantenen actives durant eixe temps. Principalment l'ús que se'ls dona és la difusió d'esdeveniments que puguen ser d'interès per als seguidors, principalment manifestacions però també concerts, xarrades i altres activitats culturals. A més, quan hi ha manifestacions, es fa una retransmissió del que està passant a través de Twitter.

18 [YouTube] #MengemSA - Documental complet <http://www.youtube.com/watch?v=Tnl3i6zIGxc>

En este punt cal destacar el paper de les xarxes socials durant les mobilitzacions de la coneguda com a #PrimaveraValenciana. Durant la setmana de protestes i violència policíaca als carrers de València, dos de les col·laboradores del col·lectiu estigueren en tot moment contant què passava. Quan la cosa estava tranquil·la, elles mateixes piulaven a través dels seus mòbils. Quan començaven els disturbis telefonaven a algun dels dos companys que, des de casa, anaven actualitzant el Facebook i el Twitter amb les informacions que anaven rebent, així com la web.



Com es veu a esta gràfica durant eixa setmana el Twitter del col·lectiu @MelderomerAV va passar dels 985 seguidors, el 18 de febrer, als 1422, el 24 de febrer. El dia més destacat fou el 21, en que es van aconseguir 145 seguidors nous en un sol dia. El treball realitzat durant eixa setmana i la resposta de la gent van ser claus per a la consolidació del col·lectiu com a mitjà de comunicació alternativa.

- **Streamings**

Altra activitat destacable són les retransmissions en directe per *streaming* de xarrades i actes diversos, sempre que hi haja bon Internet al lloc on es realitzen. Normalment només es realitzen quan una associació *amiga* ho demana, a canvi se'ls demana que facen una donació, *la voluntat*, al col·lectiu.

Una retransmissió d'alta qualitat seria molt costosa en quant a equipament i personal, la qual cosa faria inassumible a les organitzacions socials poder retransmetre els seus actes. Per això, a Melderomer s'ofereixen realitzacions a baix cost i amb una bona qualitat. L'equipament bàsic necessari per realitzar els *streamings* consta d'una càmera (FullHD), una targeta de vídeo (Canopus ADVC 110), un ordinador amb entrada *firewire*, una targeta de so (M-AUDIO) i una gravadora de so (ZOOM HN4) o cable *XLR* per connectar-se a la taula de so, en cas que hi haja. El valor d'este equipament bàsic és d'uns 1000€ aproximadament sense comptar l'ordinador. Òbviament també són necessaris trípodes, i diversos tipus de cables: ethernet (per a l'Internet) o bé antena amplificadora wifi, RCA (per connectar la càmera a la targeta de vídeo), el *firewire* (que connecta la targeta de vídeo amb

l'ordinador), i un USB (per connectar al PC la targeta d'àudio) a més de l'esmentat XLR.

Les primera retransmissió d'este tipus que es va fer va ser la dels concerts de la *FiGA, la Fira Autogestionada de Gandia*¹⁹. Després se'n van fer diverses de xarrades al Centre Social Terra de Benimaclet, al Teatre Micalet o a Ca Revolta. Entre els *streamings* més destacats està la presentació del llibre COP de CUP a València o l'acte *És possible una Candidatura d'Unitat Popular a València?*²⁰ o la retransmissió de la manifestació del #12m15m, quan es complia un any del naixement del moviment 15M²¹

- **Seguiments 140**

Els seguiments 140 són com una extensió, més completa, dels cobriments de manifestacions o esdeveniments que es fan a través de Twitter. Mitjançant l'ús d'*Storify*, una plataforma web per crear *històries* integrant-hi un gran nombre d'elements de les xarxes socials, es recullen les piulades que @melderomerAV i altres usuaris han elaborat mentre durava l'acte en qüestió. També s'afigen enllaços de notícies, fotografies de Flickr, vídeos de Youtube, etc. i tot s'acompanya amb xicotets paràgrafs que enllacen o afigen informació. Un exemple seria l'*storify* creat en motiu de la Vaga Estudiantil del 17 de novembre de 2011²².

- **“Especials”**

Els *especials* venen a ser una fusió de totes les activitats que hem descrit fins ara, dedicades al cobriment ampli d'un esdeveniment important. Els diversos *especials* realitzats han sigut de vagues i manifestacions importants. Per a estos cobriments es mobilitzen tots els membres del col·lectiu i es planifica amb antelació què es farà i com es farà.

Un dels primers especials que es va realitzar va ser el de la vaga 17N que comentàvem al punt anterior, que a més de l'*storify* també incloïa una pàgina especial al web de Melderomer on hi havia més informació, com els motius de la convocatòria, gràfics interactius i enllaços a altres webs.

Un altre *especial* important fou el de la vaga general del 29 de març de 2012²³, on a més de l'*storify* i un gràfic interactiu trobem articles d'elaboració pròpia i dos reportatges audiovisuals sobre la vaga a Gandia i a València.

- **Col·laboracions amb altres associacions**

Com a col·lectiu sense ànim de lucre que treballa al camp dels moviments socials, Melderomer manté bones relacions amb altres organitzacions amb les quals, de

19 Els concerts es poden veure al canal USTREAM de Melderomer <http://www.ustream.tv/channel/melderomer-en-directe> Actualment per a les retransmissions s'utilitza Bambuser, ja que no té publicitat <http://bambuser.com/channel/melderomerAV>

20 [Directe] És possible una Candidatura d'Unitat Popular a València? <http://www.youtube.com/watch?v=VChof-K2qmA>

21 Vídeos del directe del 12m15m [http://www.melderomer.tv/mediateca/index.html?tipus\[\]=video_streaming&cerca=12m15m](http://www.melderomer.tv/mediateca/index.html?tipus[]=video_streaming&cerca=12m15m)

22 [Storify] Vaga d'estudiants 17N"Per l'ensenyament públic i de qualitat" <http://storify.com/melderomerav/vaga-d-estudiants-17n-per-l-ensenyament-public-i-d>

23 Pàgina sobre la Vaga 29M al web de Melderomer <http://www.melderomer.tv/vaga29m>

manera ocasional o puntual, es col·labora.

Amb qui més vegades s'han produït estes col·laboracions és amb les organitzacions de l'Esquerra Independentista. Quasi sempre prestant servicis audiovisuals a cost reduït o intercanviant-los per altres que ells puguen oferir. En este cas, la majoria de casos s'han realitzat retransmissions en directe de xarrades al Centre Social Terra o actes de la CUP que comentàvem abans.

També és destacable la col·laboració amb la Plataforma pels Pobles de la Safor en la realització de l'espot en defensa de la platja de l'Ahuir²⁴, i també amb la Casa de Joventut La Maranya²⁵, amb qui s'han realitzat dos reportatges.

- **Organització d'esdeveniments**

Quant a l'organització d'esdeveniments, que és un dels punts que figura als estatuts de l'associació, de moment no se n'han realitzat més que les dos presentacions del documental MengemSA, a Benimaclet i Gandia. És l'organització d'estes jornades, el primer repte plantejat en quant a la planificació d'esdeveniments que giren al voltant de la comunicació i el periodisme. A més, la presentació al públic d'estes jornades coincideix amb l'estrena d'una nova web i una nova imatge gràfica per al col·lectiu, amb les quals es vol mostrar que, tot i les dificultats que es troben al llarg del camí, Melderomer ha nascut per consolidar-se com a referent de la comunicació alternativa i l'*activisme audiovisual*.

24 [YouTube] Fem de la platja de l'Ahuir un espai natural protegit <http://www.youtube.com/watch?v=vjPKUXj01AE>

25 [YouTube] Els portadors de somnis <http://www.youtube.com/watch?v=JW7nBOMoRI4> i La Maranya estrena casa http://www.youtube.com/watch?v=_ljsx61Gv6c

Organització d'un equip de treball

Una part de les funcions necessàries per a l'organització i gestió de les jornades seran assumides pels membres del col·lectiu Melderomer. Tot i això serà necessària més gent, per la qual cosa es convocarà a estudiants del Campus que vulguen col·laborar.

- **Director**

Serà l'encarregat de coordinar tots els equips i assegurar-se que tot isca segons estava planificat.

- **Presentador**

Algun representant del col·lectiu Melderomer s'encarregarà de presentar les jornades i donar la benvinguda als assistents. A cada jornada introduirà la temàtica sobre la qual giraran les conferències d'eixe dia. A més serà l'encarregat de portar el fil conductor de les jornades i anar presentant als distints ponents.

- **Moderadors de les taules redones**

A les taules redones que hi haja serà necessari un moderador que tinga certa relació amb la temàtica de la taula redona.

- **Coordinador logístic**

A més de coordinador a altres membres de l'equip de logística, s'encarregarà també d'informar i ajudar els ponents convidats a les jornades en qualsevol cosa que necessiten.

- **Reserves**

Una persona s'encarregarà de coordinar les reserves als hotels.

- **Assistents/Informació**

Serà personal identificat com a membres de l'organització. La seua funció serà simplement informar o ajudar a qualsevol persona que tinga dubtes. Estaran situats a l'entrada i dins de l'Aula Magna on tindran lloc les xarrades.

- **Control d'entrada**

A l'inici de les jornades, es donaran etiquetes identificatives a les persones que s'hagen inscrit.

- **Coordinador tècnic**

Les jornades es volen retransmetre per *streaming* per la qual cosa serà necessari un equip que s'ocupe d'esta part.

- **Operadors de càmera**

Faran falta operadors de càmera, almenys 3 (un pla general, un per als ponents i un altre per al públic i recursos)

- **Tècnics de so**

També es necessitarà algú que repartisca els micròfons i algú que s'encarregue de regular-los i comprovar que tot funciona correctament.

- **Realitzador**

El realitzador és la persona que escollirà quin dels plans s'emeta a cada moment. També introduirà elements gràfics durant la realització.

- **Comptable**

El comptable s'encarregarà de controlar tots els processos relacionats amb el finançament. Des de l'elaboració de pressupostos al control del compliment dels mateixos.

- **Comunicació**

- **Gestor de xarxes socials**

Unes dos persones s'encarregaran de la gestió de les xarxes socials de les jornades. Una s'encarregarà del Twitter i l'altra del Facebook, a part d'ajudar a la primera en determinats moments. La seua tasca començarà mesos abans de les jornades per anar fent difusió i captivant a la gent per a que s'inscriga.

- **Gestor web**

Es crearà una web personalitzada per a les jornades. Per tant, la tasca de l'encarregat del web començarà mesos abans de les jornades per poder tindre preparada la web per a les inscripcions i per a la difusió que es farà de les activitats a les xarxes socials.

- **Notes de premsa**

També hi haurà una persona encarregada de l'enviament de notes de premsa i contacte amb els mitjans *convencionals*, principalment els d'àmbit local. Òbviament també es mantindrà en tot moment un contacte directe amb altres mitjans *alternatius*, principalment amb Ràdio Klara, La Directa i latele.cat, ja que alguns membres de Melderomer també col·laboren en estos altres.

- **Gestor correu electrònic i telèfon**

Algú s'encarregarà, probablement el propi Director de les jornades o un ajudant, de gestionar el correu electrònic i el telefon mòbil.

La coordinació de tots els membres de l'equip de treball es realitzarà a través d'un grup privat a Facebook, ja que és una de les eines més senzilles i esteses actualment per al treball en grup.



Nom i imatge gràfica

El nom escollit per a les jornades és simplement *Jornades sobre Comunicació Alternativa* especificant que tenen lloc al Campus de Gandia de la UPV. Al ser un nom prou llarg a Twitter s'ha optat per utilitzar les inicials de cada paraula i així reduir-lo a *JCAGandia*, tant per al nom d'usuari com per a l'*etiqueta*. La web tindrà el mateix nom i l'url de Facebook també.

Quant a la imatge gràfica, s'han plantejat dos propostes. Són estes dos:



La primera proposta tenia el fons blau i les lletres, de la tipografia Helvetica, en majúscula. El color es va escollir per la tranquil·litat que transmet i per trencar un poc amb l'estil recurrent de molts mitjans i organitzacions vinculades a l'esquerra, que sol girar al voltant dels colors roig o verd. A més, és un color vinculat al Campus de Gandia, ja que és el color del mur de les estrelles que hi ha al pati. Tot i això, la similitud amb el blau corporatiu que utilitza el Partit Popular ens va fer apartar la idea. De fet, el logo del PP utilitza unes tonalitats de blau que van des del 01abe8²⁶ (la part superior del logo) fins al 016eaf (la part inferior), o el que és el mateix, en format RGB: del 0, 170, 229 al 1, 110, 175. Tot i que el



²⁶ Format hexadecimal. Utilitzat en alguns programes informàtics i en programació web. A esta pàgina es poden consultar els colors introduint tant el codi hexadecimal com l'RGB <http://html-color-codes.info/>

color que predomina és el 00aae5, en RGB 0, 170, 229. Mentre que el color del nostre cartell és 00a4d9, en RGB 0, 164, 217. Com veiem està molt a prop del color corporatiu del PP, la diferència és imperceptible a l'ull humà.

Després d'este *esglai*, es va decidir canviar el disseny i donar-li un toc més sobri, seguint un poc la línia que fins ara havia seguit l'estil gràfic del col·lectiu. El cartell serà negre amb les lletres blanques i en minúscula, per destacar les corbes i que no quede com a un cartell *avorrit*. A més, la tipografia en minúscula va més acord amb el logotip de les jornades. A més, els diversos significats del color negre s'adapten millor al que seran les jornades. Per una banda, un dels significats més estesos d'este color és el dol, la pèrdua d'alguna cosa. Es pot interpretar com un record a tots els mitjans que han desaparegut en els últims anys així com també a la *fi del sistema*. A més, el negre també aparenta elegància i serietat. Els mitjans alternatius, quan han treballat el format vídeo, s'han caracteritzat per fer-ho d'una manera precària i poc treballada. Això canvia amb mitjans com PluràliaTV i Melderomer.tv i s'escampa a la resta de mitjans, que ja només inclouen vídeos d'elaboració pròpia quan estos tenen un mínim de qualitat.



Quant al logo, l'escollit és un *a* minúscula amb un punt dalt i envoltada per un cercle. Per una banda, la *a* fa referència a la paraula *alternativa*. El motiu d'escollir una tipografia amb *serif* és el mateix que el de posar-li un punt a la *a*: en al·lusió al logo internacional de la informació. Per altra banda, el motiu d'encerclar la *a* a més de per la similitud amb el logo de la informació es deu també a la relació estreta entre que sempre ha hagut entre el moviment anarquista i la comunicació alternativa. Encara que el col·lectiu Melderomer no es declare anarquista, i hui en



dia la majoria de mitjans alternatius tampoc ho siguen exclusivament, la influència i l'activisme constant dels seus simpatitzants d'esta ideologia és un factor important en la creació i manteniment dels mitjans alternatius. Als moviments socials l'anarquisme continua tenint un pes destacable, a través de sindicats com la CGT i la CNT, dels ateneus llibertaris, els Centres Socials Ocupats i Autogestionats i, com no, a les ràdios lliures com Ràdio Klara i Ràdio Malva.

Lloc on es realitzaran

El lloc escollit per a les jornades és el Campus de Gandia de la Universitat Politècnica de València situat al Grau de Gandia. Un dels motius principals és el fet d'haver sigut la universitat on ens hem format i on va nàixer el col·lectiu Melderomer. Però també és un lloc interessant perquè, tot i no ser Gandia una gran ciutat (tampoc és un poble com diuen molts), hi ha un *ecosistema* mediàtic digne d'anàlisi i unes relacions entre la política, Internet i els moviments socials, que la convertixen en un bon lloc per a la realització d'estes jornades.

Gandia

Gandia és la capital de la comarca de la Safor. Compta 79.010 habitants²⁷, encara que la seua població flotant s'estima en unes 100.000 persones durant *temporada baixa* i prop de 200.000 durant l'estiu. Té una superfície de 60,83 km². La ciutat té uns 15 barris i pedanies, entre els quals es troba el Grau i la Platja de Gandia, on està situat el Campus de Gandia.

Història

Històricament, és una ciutat de llarga trajectòria. S'han trobat mostres de poblament a les coves del Parpalló i de les Meravelles que daten del Paleolític. També s'ha constatat que hi van viure poblacions iberes i més tard els romans. També habitaren els àrabs, però no és fins la conquesta del territori per part de Jaume I quan naix el nucli urbà i es crea la ciutat de Gandia. El 1323, Jaume II va concedir al seu fill, Pere de Ribagorça, el senyoriu de la vila. Més tard l'heretaria el fill d'este, Alfons Aragó i Foix, qui en 1399 rebria de Martí l'Humà el títol de duc, naixent així el ducat de Gandia. El seu fill Alfons el Jove impulsà el conreu de la canya de sucre i la indústria, va construir el Palau Ducal i va potenciar una cort que albergava importants figures literàries com Ausiàs March (nascut a Gandia o Beniarjó), Joanot Martorell o Joan Roís de Corella, les principals figures del Segle d'Or valencià. Després vindrien Alfons IV el Benigne i Alfons d'Aragó fins que en 1485 el ducat de Gandia passa a mans dels Borja. Durant la Revolta de les Germanies fou ocupada pels agermanats però en ser derrotats la ciutat tornà de nou a la família Borja. Entre les obres més destacades d'esta família està la Universitat de Gandia que es trobava on estan hui les Escoles Pies. Durant la segona meitat del segle XVIII els ducs abandonaren Gandia per traslladar-se a Madrid. A la Guerra de Successió, Gandia fou de les poques ciutats partidàries de Felip V. En 1840 moria a Madrid l'últim Borja. A partir d'ací la ciutat passava a ser del comte de Benavente, el qual la deixaria a la seua filla que es va casar amb el duc d'Osona. En el segle XIX, la ciutat s'industrialitza, sent el teixit un sector econòmic important. També pren importància el cultiu de la taronja, que convertix el port de Gandia en el primer port taronger valencià. Ja al segle XX, i a partir dels 50 sobretot, Gandia ha crescut molt demogràficament impulsada pel sector del turisme.

Economia

Actualment el principal sector econòmic de Gandia és el turisme i el sector servicis, principalment a l'estiu, tot i que els successius governs també han treballat per potenciar el turisme cultural durant la resta de l'any. La indústria també té un pes significatiu amb empreses importants com Dulcesol. Al sector agrícola només s'hi dedica un 4% de la població.

27 Dades de 2012

http://www.argos.gva.es/bdmun/pls/argos_mun/DMEDB_MUNDATOSGENERALES.DibujaPagina?aNMunId=46131&aVLengua=V

Llocs que podem visitar

La llarga història de la ciutat ens ha deixat un patrimoni ben valuós per a visitar:

- **Nucli antic:** El nucli antic de la ciutat, totalment peatonalitzat, és hui una important zona comercial on es concentren les principals botigues. A més, per esta zona podem trobar molts edificis antics que podem visitar.
- **Palau Ducal:** El Palau Ducal fou la residència dels ducs d'Aragó i on mantingueren una cort que incloïa escriptors com Ausiàs March o Joan Roís de Corella. Més tard passà a mans dels Borja que la tingueren fins 1740, moment en que passa a pertànyer als Osuna. La Companyia de Jesús el va comprar el 1889, quasi en runes, el va restaurar i des d'aleshores s'ocupa del manteniment. L'estil de l'edifici és gòtic i barroc.
- **Collegiata de Santa Maria:** popularment coneguda com *la Seu*, és una església gòtica que té els seus orígens en l'època de la reconquesta. L'església va tardar dos segles en construir-se per la qual cosa també introdueix alguns elements renaixentistes. Albergava importants obres d'art però la majoria foren destruïdes durant la Guerra Civil.
- **Convent de Santa Clara:** Fou fundat al segle XV. Es troba molt a prop de la Collegiata de Santa Maria. És d'estil gòtic.
- **Castell de Bairén:** és un castell d'origen musulmà situat a 3km de la ciutat. Està situat dalt del tossal de Sant Joan, a uns 106 metres d'altitud.
- **Alqueria del Duc:** Edifici medieval que fou restaurat per l'ajuntament el 1981. Ara mateix alberga el Centre de Turisme de Gandia.
- **Ermita de Santa Anna:** Data del segle XVIII. Fou restaurada als anys 80.
- **Torrassa del Pi i Muralles:** Restes de la muralla medieval enderrocada en el segle XIX.
- **Casa dels Marquesos de González de Quirós:** més coneguda com a *Casa de la Marquesa*, actualment és la Casa de la Cultura. Fou construïda al segle XIX.
- **Museu Arqueològic de Gandia:** Situat en el que abans era l'Hospital de Sant Marc. Construït a finals del XIV per Alfons el Vell. És d'estil gòtic.
- **Teatre Serrano:** Tancat als anys 60, en 1993 és adquirit per l'Ajuntament de Gandia que el reobri i recupera la programació artística de teatre, dansa, música i cinema. El 1995 es tanca per rehabilitar-lo i modernitzar-lo i es torna a obrir l'any 2006. Amb la victòria del PP a les eleccions, el teatre es privatitza i es busca una altra empresa que el gestione - fins aleshores se n'encarregava Pluja Teatre.
- **Teatre Raval:** És (o era) una sala de teatre propietat de Pluja Teatre. El 25 de juliol de 2013 es va posar a la venda.²⁸



28 Notícia a *Las Provincias*: <http://www.levante-emv.com/comarcas/2013/07/24/pluja-pone-venta-teatre-raval/1019209.html>

- **Ajuntament:** la seua façana és d'estil neoclàssic.

Panorama mediàtic

Concretant en l'àmbit de la comunicació, Gandia sempre ha sigut una ciutat rica en quant a mitjans. Comptava amb una televisió pública, Gandia TV, pionera en el món dels mitjans de comunicació locals. Fou creada l'any 1986. En produir-se el canvi de l'analògic al digital, la llicència no li fou concedida. Tot i això va estar emetent fins juliol de 2011, quan el nou alcalde de Gandia, Arturo Torró, la va clausurar. El motiu al·legat fou que les emissions eren il·legals i que era massa cara²⁹.

També existixen les televisions privades TeleSafor.com i Tele7Safor, les quals van rebre una subvenció de 3'5 milions d'euros al poc temps de tancar GandiaTV, que costava 800.000€ a l'any. Estes dos televisions estan vinculades a empresaris afins al PP. TeleSafor.com pertany a l'empresa Comarques Centrals Televisió, de l'empresari de Xàtiva, Ricardo Faura, proper a Rus. Mentre que Tele7Safor és propietat de Inversiones Especiales del Mediterráneo SL, d'empresaris propers al mateix alcalde, Arturo Torró (SaforInformatiu, 2012). Tot i això TeleSafor.com pertany al grup Radio Gandia SA, vinculat a la SER, per la qual cosa se la considerava més com un mitjà *progressista*. Però des del moment en què reben la subvenció de l'ajuntament el perfil de TeleSafor i el mateix grup Radio Gandia canvia. Per començar, ometeren les notícies del tancament de Gandia TV i les protestes que portaren a terme els treballadors. A més, a juny de 2012 Radio Gandia anunciava la compra de Tele7Safor ja que «su apuesta decidida pasa por la concentración de medios, al igual que en el Estado Español ha ocurrido con la adquisición de la Sexta por parte de Antena 3 o de Cuatro por parte de Telecinco»³⁰. Encara que al principi es va anunciar que TeleSafor.com continuaria amb la seua línia editorial *progressista* i Tele7Safor mantindria la seua, més propera al centre-dreta, en produir-se esta compra gran part de la programació de TeleSafor.com ha anat traslladant-se a Tele7. Un any després de l'adquisició ens assabentàvem que «Comarques Centrals TV se queda sin subvención municipal» (Gente de la Safor, 2013). D'esta manera, en només 2 anys Gandia ha passat de comptar amb 3 televisions comarcals a només 1, la de Torró.

Quant a les ràdios, actualment a Gandia emeten Radio Gandia - Cadena SER, la COPE Onda Naranja i ABC Punto Radio. Fa pocs mesos s'ha incorporat també Onda Cero a través del programa *La Safor en la onda*.

En la premsa escrita, cada grup mediàtic solia tindre el seu diari gratuït. Micro és el periòdic de Radio Gandia. La COPE també té el seu, anomenat 7 i 1/2. I abans de la *fusió* Tele7Safor també tenia el seu, la cafetera exprés. Iniciatives de Comunicació, l'empresa pública que gestionava GandiaTV, també distribuïa el TotGandia. Quant a diaris *independents* podem trobar *SaforGuia i Sociedad y Política*. També està *Gente de la Safor* que fins fa uns mesos també s'imprimia. Ara està només en línia. Las Provincias i Levante també tenen una edició comarcal.

Internet amplia un poc més l'oferta. A més de les respectives webs dels mitjans que hem nomenat fins ara cal afegir *diariserpis.com*, *saforinformatiu.es*, *infosafor.com*

Pel que fa a la comunicació alternativa, no trobem cap mitjà exclusivament gandià o saforenc. Però sí hi ha Gandia alguns col·laboradors a mitjans com Melderomer.tv o l'Accent, per la qual cosa els esdeveniments de tipus social solen tindre presència a estos mitjans.

29 Notícia a Vilaweb <http://www.vilaweb.cat/noticia/3906339/20110704/pp-tanca-gandia-tv-temporalment.html>

30 Notícia a enAbierto.es <http://www.enabierto.es/2012/06/radio-gandia-compra-tele-7-safor.html>

No obstant això, les comarques centrals són un territori amb un gran dinamisme social i polític i amb una intensa activitat cultural. Malgrat la involució patida a nivell institucional amb les victòries del PP a alguns ajuntaments (involució a nivell cultural), l'associacionisme i els moviments socials continuen organitzant tot tipus d'activitats. Estos últims, a causa de l'auge de la conflictivitat social a causa de la crisi estan prenent rellevància. Durant els últims anys i sobretot a partir del naixement del 15M, on Gandia també va tindre la seua acampada, s'han multiplicat les manifestacions, protestes, xarrades i altres accions. A això, cal afegir conflictes laborals com els de FAUS, o els treballadors acomiadats de GandiaTV i de les escoles públiques. Així doncs, el context de les comarques centrals i en especial Gandia, al tindre el Campus, és un lloc idoni per reflexionar al voltant del paper que pot jugar la comunicació en l'actual situació social.

Campus de Gandia

El Campus de Gandia, també conegut amb el nom d'Escola Politècnica Superior de Gandia, és un centre públic d'ensenyament superior construït l'any 1993. Forma part de la Universitat Politècnica de València. Actualment compta amb uns 2.500 estudiants.

Com arribar

El campus es troba situat al Grau de Gandia, a escassos 500 metres de la platja direcció est, a 400 del port en direcció al sud i a 3 km de la ciutat de Gandia. La N-332 passa molt a prop del Campus i enllaça amb la N-337 que et deixa just davant.



Per arribar existixen distints tipus de transport que podem utilitzar:

- **Rodalia Renfe:** Hi ha una parada de Renfe al carrer la Goleta, a l'entrada del Grau, a uns 10 minuts caminant del Campus. L'inconvenient és que la freqüència és de només 3 trens al dia.

Línea	Hora Eixida	Hora Arribada	Temps de viatge
C1	06.56	07.59	1.03
C1	13.56	14.57	1.01
C1	20.11	21.14	1.03

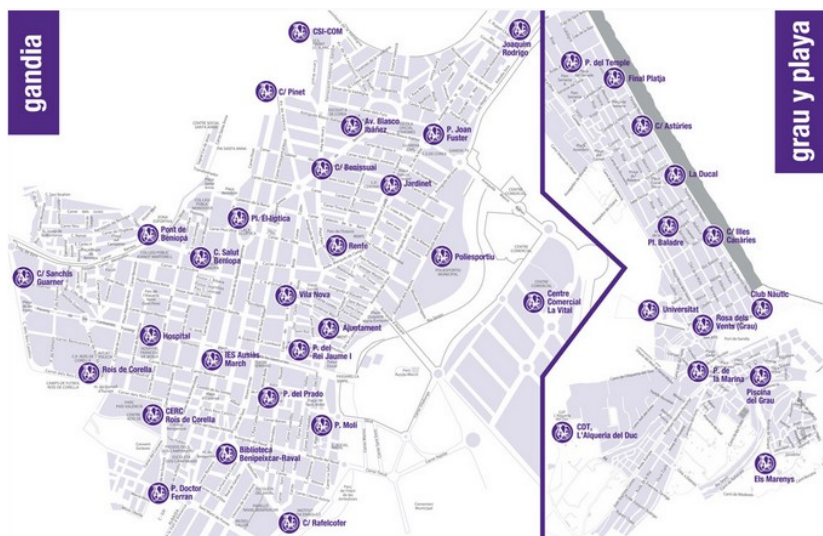
Una altra opció pot ser viatjar a Gandia amb el tren, on hi ha trens cada mitja hora entre setmana i cada hora els caps de setmana, i allí agafar algun dels transports que mostrem a continuació.

- **La Marina Gandiense:**

La Marina és un servici d'autobús que connecta la ciutat de Gandia amb el grau i amb altres pobles de la comarca. Per arribar al Campus es pot utilitzar la línia 2. També hi ha una línia especial per als estudiants del Campus que és gratuït i va de la universitat a l'estació de Renfe de Gandia, però la freqüència de pas és baixa³¹. La línia 2, que és la més utilitzada, té una freqüència de pas, en teoria, de 10-15 minuts entre setmana i 15-20 els caps de setmana. El trajecte³² envolta tota Gandia i tota la platja connectant els principals punts dels dos nuclis urbans. La línia 2 no para exactament a la universitat però sí molt a prop: davant l'església de Sant Nicolau, a 5 minuts del Campus. Per anar del Grau a la ciutat es agafar l'autobús a Rosa dels Vents. El preu és de 1'50€ de dilluns a divendres i 1'60 els caps de setmana.

- **SaforBici**

SaforBici és un servici de bicicletes públiques que va posar en marxa l'anterior govern local. Abans tenia el nom de *labici Gandia*. En canviar el govern, el servici de bicicletes es va deteriorar fins al punt de cancel·lar-lo. Després de quasi un any sense funcionar, el 24 de juny de 2013 es va tornar a posar en marxa. El funcionament és similar a altres servicis com *ValenBici*, o *Burjabike*. Per un preu anual de 30€ pots utilitzar les bicicletes tant com vulgues. Hi ha *estacions*³³ repartides per tota la ciutat i en sempre sol haver lloc per deixar la bicicleta o bicicletes disponibles per agafar-ne. Per als que no viuen a Gandia hi ha altres tarifes: la diària, 3€; la setmanal, 10€ i la mensual, 20€.



- **Taxi**

31 Al web del Campus de Gandia es pot consultar els horaris de la línia d'autobus de la Universitat <https://www.upv.es/bin2/caches/miw/visfit2?id=763157&idioma=C&content=S&editor=N>

32 El trajecte es pot consultar al web de la Marina Gandiense <http://www.lamarinagandiense.com/LineasRegulares.aspx>

33 Al web de SaforBici es pot veure el mapa més gran http://www.saforbici.es/val/estaciones_saforbici.php

També hi ha sempre taxis esperant a l'eixida de l'estació de Gandia amb els que podem anar ràpidament cap al Grau. El cost sol ser d'uns 7 o 8€.

Formació

Actualment es poden cursar les següents titulacions:

Graus

- Grau en Enginyeria de Sistemes de Telecomunicació, So i Imatge
- Grau en Ciències Ambientals
- Grau en Gestió Turística
- Grau en Comunicació Audiovisual

Màsters

- Màster en Enginyeria Acústica
- Màster en Postproducció Digital
- Màster en Evolució i Seguiment Ambiental d'Ecosistemes Marins i Costers
- Màster en Continguts i Aspectes Legals de la Informació (especialitat en *Social Media*), més conegut com a *Màster CALSI*.

Activitats culturals

El Campus de Gandia aposta per les activitats extracadèmiques com un complement a la formació o també com a entreteniment després de l'estudi. Els dijous són el dia oficial de les activitats culturals i solen tindre lloc xarrades a la Sala de Conferències. És també el dia en el qual les diverses associacions del Campus es reuneixen per treballar. A més d'açò, també s'organitzen exposicions, jornades, congressos, fires, concerts, actuacions de teatre, etc.

Instal·lacions

El campus compta amb un bon nombre d'instal·lacions on poder realitzar activitats culturals. Són estes:

- **Aula Magna**

L'Aula Magna és l'espai més gran i important que té el campus i on es realitzaran les jornades de comunicació alternativa.

Té una capacitat de 287 persones. Si li sumem el Saló de Graus que està directament connectat a través d'una paret que es pot retirar, la capacitat augmentaria a les 347 persones. Disposa d'una gran pantalla, bona sonorització, i sistema per realitzar retransmissions en directe.



- **Saló de Graus**

Té una capacitat per a 60 persones i compta amb la tecnologia necessària per realitzar videoconferències. En congressos com el *Comunica2* se sol utilitzar la pantalla del Saló per a projectar les piulades de la gent que està comentant l'acte.

- **Sala de Conferències 1 i 4**

Són dos sales de conferències que normalment s'utilitzen com a una sola ja que el *mur* que les separa es pot retirar. Cadascuna té una capacitat per a 60 persones, pel que juntes és de 120. Té ordinador, projector, pantalla, equip de so i pissarra.

- **Sala de Conferències 2**

És una sala menuda amb capacitat per a 24 persones. Té un ordinador i una pantalla de plasma, a més d'altaveus i pissarra.

- **Sala de Conferències 3**

És igual a l'anterior. Esta, junt a la 2, es pot unir a la 1 i la 4 creant una gran sala per a 168 persones. També es poden unir només les sales 2 i 3, podent albergar fins a 48 persones. Tot i que estes són distribucions poc usuals ja que la universitat compta amb altres espais amb capacitats semblants.

- **Aules docents**

L'escola compta amb 22 aules docents amb una capacitat d'entre 50 i 150 persones. A més estan equipades amb ordinador, projector, altaveus, pantalla i pissarra.

- **Hall d'exposicions**

És el rebedor de la Sala de Conferències. Té 150m² de superfície. Es solen fer exposicions. En el cas de congressos ací es solen muntar estands o servici d'àpats.

- **Sala d'Usos Múltiples.**

La Sala d'Usos Múltiples del CRAI té una superfície de 200m². Se li poden donar els mateixos usos que al *hall* d'exposicions.

- **Àgora**

És un gran espai a l'aire lliure. Ideal per a concerts o fires.



Inscripcions, pagaments i reserves

Inscripcions

Les inscripcions es duran a terme a través d'un formulari realitzat amb Google Drive. S'ha optat per esta opció per la comoditat que suposa fer un formulari amb les eines que oferix Google i la bona sincronització entre els formularis i altres eines com els fulls de càlcul de Google Drive. Tota la informació recopilada als formularis es enviada a una full de càlcul. A més, també genera gràfics que ens permeten ordenar la informació de manera més visual.

Pagament

Encara que les jornades es preten que siguen d'accés lliure, es donarà la possibilitat de fer un pagament voluntari de 3€ a aquells, que pel motiu que siga, decidisquen no participar al *verkami*, on la quantitat mínima serà de 6€. El pagament es podrà fer col·laborant al micromecenatge (*verkami*) o bé per transferència bancària, targeta de crèdit a través de *paypal* o en efectiu el primer dia de les jornades.

- **Verkami**

Qualsevol persona que col·labore al verkami tindrà accés a les jornades. Per pagar a verkami cal registrar-se i afegir el número de targeta de crèdit.

- **Transferència bancària**

En transferències bancàries entre caixes d'estalvis no es solen cobrar comissions, per tant la transferència pot ser un mètode de pagament. El compte corrent de Melderomer Collectiu Audiovisual és de Caixa Popular i es pot trobar al web <http://www.melderomer.tv/nosaltres/index.html> «CAIXA POPULAR - 3159 0023 65 2243452329». Cal tindre en compte que algunes caixes d'estalvis o bancs no permeten transferències tan baixes.

- **PayPal**

També es podrà pagar amb targeta de crèdit a través de la plataforma *PayPal*. El procés és senzill. Simplement hi haurà que donar-li al botó *BuyNow* que es podrà trobar al web de les jornades i seguidament caldrà confirmar el pagament. El pagament mitjançant esta plataforma porta associat una comissió de 0'30% per la qual cosa el preu a pagar serà de 3'30€.

Melderomer Col·lectiu Audiovisual

Your order summary

Descriptions	Amount
Jornades de comunicacio alternativa	€3.30
Item number: 01	
Item price: €3.30	
Quantity: 1	
<hr/>	
Item total	€3.30
<hr/>	
Total €3.30 EUR	

Choose a way to pay

▼ **Pay with my PayPal account** **PayPal**™

Log in to your PayPal account to complete the purchase

Email

PayPal password

Log In

[Forgot your email or password?](#)

- **Efectiu**

Qui ho desitge també podrà pagar en efectiu el mateix dia de les jornades.

Reserves

Al *verkami* s'inclourà l'opció de pagar l'assistència a les jornades més l'allotjament. La gent que esculla esta opció s'allotjarà a l'Hotel Cibeles. Una vegada completat el *verkami* ens hauran de facilitar les seues dades i l'equip de treball de les jornades s'encarregarà de fer les reserves pertinents. Al *verkami* s'inclouran només 2 de les modalitats de reserva disponible:

- Habitació individual: 45€. Cancellació gratuïta.
- Habitació Doble: 53€. Cancellació gratuïta.

Esta modalitat de pagament inclou només l'habitació. El menjar va a banda. Si els qui reserven volen tindre desdèjuni o mitja pensió podran sol·licitar-ho però el pagament addicional es farà a banda del *verkami*. Es a dir, al pack de 100€ del *verkami* inclou habitació d'hotel valorada en 53€. Mentre que una habitació amb mitja pensió val 67€, eixa diferència de 14€ s'abonarà a part dels 100€ dels *verkami* utilitzant alguna de les vies de pagament especificades anteriorment: transferència bancària o targeta de crèdit.

Les persones que no vulguen allotjar-se a este hotel o no hagen escollit esta opció del *verkami* hauran de reservar pel seu compte l'habitació a l'hotel que vulguen.

A *temporada baixa* hi ha molts hotels que tanquen. Estos són alguns dels que obrin tot l'any:

- Hotel Cibeles: habitacions des de 40€ ³⁴(sense cancel·lació gratuïta)
- Hotel Riviera: habitacions des de 39€ amb desdèjuni
- Hotel Bayren Parc: Habitacions des de 42€ amb desdèjuni.
- Hotel Porto: Habitacions des de 28€ amb desdèjuni
- Hotel Borgia: Situat a Gandia ciutat. Habitacions des de 37€.

³⁴ Estos preus estan extrets de la pàgina *destinia.com* i escollint la data del 15 de novembre. En altres mesos els preus poden variar i amb menys antelació els preus poden variar.

Ponents i ponències

Programa de les jornades

JORNADA 1: Anàlisi crítica del discurs i el paper de la universitat	
	Enric Burgos: L'Anàlisi Crítica del Discurs.
	Alejandro Barranquero: «Comunicació alternativa i comunicació per al canvi social: subjectes i objectes en l'ensenyament de les teories de la comunicació»
	Joan Canela: L'anàlisi del discurs a Media.cat
	Rafa Xambó: «Comunicació, política i societat. El cas valencià».

JORNADA 2: La crisi del sistema mediàtic actual: els mitjans públics i privats	
	Taula redona: Els casos de GandiaTV, RTVV i InfoTV. <ul style="list-style-type: none">• Marc Gomar: GandiaTV• Vicent Mifsud: RTVV• Juli Esteve: InfoTV
	Pascual Serrano: «Visió crítica dels mitjans de comunicació i la seua relació amb el poder»
	Bel Zabala: "Mitjans públics i mitjans alternatius: complements o 'rivals'?"
	Pablo Iglesias: Cinema i discurs polític.

JORNADA 3: Els mitjans alternatius	
	Xavi Ginés: «La comunicació alternativa i els moviments socials al País Valencià»
	Xosé López: «Moviments periodístics i comunicació ciutadana»
	Pablo Iglesias: «La Tuerka i Fort Apache i les tertúlies dels mass media»
	Francesc Felipe: «Finançament i viabilitat dels Mitjans Alternatius»
	Taula redona: Mitjans alternatius a l'estat espanyol. <ul style="list-style-type: none">• Ràdio Klara: Manolo Totxa (València)• latele.cat: Mercè Trusca (Barcelona)• TeleK:• Diagonal• La Marea: Toni Martínez (València)• la Directa: Manu Simarro (Barcelona)
Activitats Post-Jornades	
	Concert de Pau Alabajos i Mugroman

Pla de comunicació

Web de les jornades

Es crearà una web específica amb tota la informació de les jornades. Esta contindrà tota la informació sobre les jornades, com inscriure's, on allotjar-se, etc.

Accions a les xarxes socials

Les xarxes socials són una part molt important al món de la comunicació actual. Arribar a molta gent a través d'elles i sense una inversió important és relativament senzill. Cal abans, òbviament, tot el treball d'aconseguir seguidors i de fidelitzar-los. En el cas de Melderomer, eixe treball ja està fet. Són dos anys i mig de presència a les xarxes amb una activitat constant i diària gràcies a la qual s'ha aconseguit un gran nombre de seguidors. A més, les bones relacions amb altres *influencers* del món de la política i la cultura valencianes pot ajudar en l'objectiu d'arribar a un públic major.

Twitter i Facebook

Per a la promoció i retransmissió, en escrit, de les jornades s'ha creat el compte de Twitter @JCAGandia³⁵. Al Facebook s'ha creat la pàgina *Jornades sobre Comunicació Alternativa al Campus de Gandia*³⁶. Els canals oficials es posaran en marxa en el termini aproximat d'uns dos mesos abans que tinguen lloc les jornades. Abans, la difusió i promoció es farà a través del compte oficial del col·lectiu Melderomer (@melderomerAV).

De moment, l'ús que se li està donant al Twitter i al Facebook del col·lectiu és per presentar el projecte als seguidors i demanar-los l'opinió a través d'enquestes.



Melderomer - Colectiu Audiovisual
16 agost

Volem organitzar unes jornades de comunicació alternativa al **Campus de Gandia - Universitat Politècnica de València** i ens agradaria comptar amb la vostra opinió. Les jornades es troben encara en un estat prou prematur i no tenim confirmats ponents. La temàtica girarà al voltant de les teories de la comunicació, passant per la desfeta dels mitjans públics i l'auge dels alternatius i els comunitaris.

De moment, ens agradaria que contestàreu esta breu enquesta per anar definint una data <https://docs.google.com/forms/d/1BMDmRy1LAbX6AXmcPnSTWmTiw1sXmErYnKmN9YNF2hg/viewform>

Vos anirem donant més informació.



M'agrada · Comenta-ho · Comparteix

4

35 Enllaç al perfil <https://twitter.com/JCAGandia>

36 Enllaç a la pàgina <https://www.facebook.com/JCAGandia>

Conforme es vaja arrimant la data de les jornades, es posaran en marxa els comptes oficials i s'anirà fent promoció i aportant nova informació. Els ponents i el programa de les jornades s'anirà revelant de manera escalonada en el temps per causar curiositat als seguidors i fidelitzar un públic constant als comptes de les xarxes socials.

Per ampliar l'efectivitat dels diferents anuncis que s'aniran fent a les xarxes socials, es comptarà amb l'ajuda d'*influencers*, persones amb gran nombre de seguidors i respectades per la major part del públic al que li pot interessar este tipus d'esdeveniments. Entre els principals *influencers* tenim:

- Pau Alabajos: Cantautor. Té 12.949 seguidors³⁷ a Twitter i 9.199 a Facebook. Ens ha ajudat ja en altres campanyes, com la difusió de la campanya #critifalles³⁸ o del documental MengemSA.
- David Segarra: Activista i realitzador audiovisual. Va ser un dels supervivents de l'atac isrealià a la *flotilla de la llibertat*. Té 10.607 seguidors.
- Esther Vivas: Activista i investigadora en moviments socials i polítiques agrícoles i alimentàries. És una de les entrevistades al documental MengemSA. A més, algunes de les seues xarrades al País Valencià han estat retransmeses per *streaming* a través de melderomer.tv. Compta amb 17.491 seguidors a Twitter i 4.594 a Facebook.
- Els ponents participants a les jornades:
 - Entre ells, el més destacat seria Pablo Iglesias, amb 50.704 seguidors.
- Els mitjans que participaran a la taula redona:
 - Ràdio Klara, amb 5.889; latele.cat (@okupemlesones) amb 4.681; Diagonal (@El_Diagonal) amb 50.949 i la Marea (@lamarea_com) amb 39.916.
- Partits polítics de l'esquerra: Els principals, que ja han col·laborat amb Melderomer a altres campanyes, són: Compromís (@c_compromis), amb 13.377 seguidors a Twitter i 15.017 a Facebook i Izquierda Anticapitalista (@anticapi) amb 21.869 a Twitter. Amb Esquerra Unida a nivell autonòmic no es col·labora perquè el seu Twitter es limita a servir de *feed* de la seua pàgina web. Sí que es preveu la col·laboració de diputats d'este grup com Esther López (@Elba_Celo) amb 6.727 seguidors.
- Perfils institucionals del Campus i la UPV: La UPV també col·laborarà a través del seus perfils institucionals, principalment el del Campus de Gandia (@campusgandiaupv) amb 1.730 seguidors a Twitter i 2.734 a Facebook; i la UPV amb 14.691 a Twitter i 20.315 a

37 La consulta està feta el 22 d'agost de 2013.

38 A Falles 2012 i 2013 es va posar en marxa la campanya #Critifalles amb la que es convidava als usuaris de Twitter a que piularen fotos de falles que conserven l'esperit crític i satíric de la festa. La iniciativa va tindre bona repercusió amb centenars de fotos penjades (recollides ací <http://melderomer.tv/critifalles>) i l'aparició en alguns diaris (http://www.ara.cat/especials/paisvalencia/critifalles_0_663533749.html)

Facebook.

Accions amb els mitjans convencionals

Amb els mitjans *convencionals* la tasca comunicativa es limitarà a l'enviament de notes de premsa un temps abans que tinguin lloc les jornades.

Col·laboració dels mitjans de comunicació alternativa

Amb els mitjans de comunicació alternativa la col·laboració serà més estreta. Donades les bones relacions amb altres mitjans alternatius, estos s'encarregaran de fer difusió a través d'entrevistes, cunyes de ràdio, articles, o baners a les webs.

Streaming - retransmissió per Internet

Altre punt fort de les jornades és la retransmissió en *streaming*. Per a la gent que no puga assistir-hi, estes es retransmetran a través d'Internet, a la web del Campus (www.upv.es/endirecto/GND/) i a la de Melderomer (www.melderomer.tv/directe). També es podran veure per *latele.cat*.

El bon equipament tècnic de l'Aula Magna del Campus de Gandia permet realitzar retransmissions d'alta qualitat i amb diverses càmeres.

Finançament

Despeses a tindre en compte

Transport, allotjament i menjar dels convidats.

Les principals despeses de les jornades correspondran al transport, allotjament i menjar dels convidats, principalment els que vinguen de fora de Gandia o València. A continuació farem un desglossament de les despeses de manteniment de cadascun dels ponents (per ordre d'intervenció a les jornades):

Ponent	Ciutat	Transport ³⁹		Allotjament		Menjar
Enric Burgos	València	Rodalia Renfe	8,45	No		7,20
Alejandro Barranquero	Madrid	Regional Express	52,7	Sí	52	7,20
		Rodalia Renfe	11,2			
Joan Canela	València	Rodalia Renfe	8,45	No		7,20
Rafa Xambó	València	Rodalia Renfe	8,45	No		7,20
Marc Gomar	Gandia	Marina Gandiense	3	No		7,20
Vicent Mifsud	València	Rodalia Renfe	8,45	No		7,20
Juli Esteve	València	Rodalia Renfe	8,45	No		7,20
Pascual Serrano	València	Rodalia Renfe	8,45	No		7,20
Bel Zabala	Vilafranca del Penedés	Rodalies Catalunya	9,10	Sí	52	7,20
		Talgo	80	Sí	52	7,20
		Rodalia Renfe	11,20			
Pablo Iglesias	Madrid	Regional Express	52,7	Sí	104	7,20
		Rodalia Renfe	11,2			
Xavi Ginés	Benlloch	Rodalia Renfe	11,2			7,20
Xosé López	Santiago de Compostela	Alvia o Llarga Distància	108,4	Sí	52	7,20
		Rodalia Renfe	11,2			

39 Els preus dels bitllets han estat consultats a la web de Renfe a data de 17 d'agost de 2013. Amb el temps els preus poden variar.

Francesc Felipe	Picassent	Metrovalencia	5,30			7,20
		Rodalía Renfe	11,2			
Manolo Totxa	València	Rodalía Renfe	8,45	No		7,20
Mercè Trusca	Barcelona	Talgo	80	Sí	52	7,20
		Rodalía Renfe	11,2			
TeleK	Madrid	Regional Express	52,7	Sí	52	7,20
		Rodalía Renfe	11,2			
Diagonal	València	Rodalía Renfe	11,2			7,20
Toni Martínez	València	Rodalía Renfe	8,45	No		7,20
Manu Simarro	Barcelona	Talgo	80	Sí	52	7,20
		Euromed				
		Rodalía Renfe	11,2			
Total			703,5		468	144

A este pressupost caldria afegir-li una bossa de 250€ per a possibles imprevists. Ja que en els viatges dels ponents que venen de Madrid o Santiago de Compostela s'ha seleccionat l'opció més barata possible. Si per qüestió d'horaris esta opció no fóra possible caldria pagar transports més cars com és l'AVE o l'avió.

Cartells, fulls informatius,

La imatge gràfica és minimalista i en blanc i negre; per tant, les impressions seran barates. A més, la difusió principal es farà a través de les xarxes. A impressions es destinarà un pressupost de 100€. Els cartells i fulls informatius es repartiran o enganxaran principalment al Campus de Gandia i a la facultats on s'estudia Comunicació o Periodisme.

Impressions	100€
-------------	------

Marxandatge

La quantitat de marxandatge dependrà de la quantitat de mecenes que tinga el Verkami. L'estimació és d'uns 80 mecenes (que escullen l'opció de comprar samarreta). A més es farà una tirada de 20 samarretes per a col·laboradors i voluntaris. L'empresa escollida per imprimir les samarretes és PubliNou Gandia. El preu de les samarretes és d'aproximadament 2€, depenent de la qualitat, i el cost de la plantilla per a la planxa és de 30€ per plantilla. En principi es necessitarien 2 plantilles, una per a la part davantera de la samarreta i una altra per a la part de darrere. Per tant, el cost seria de 60€ en les

plantilles més 150€ de les samarretes. També es faria una tirada de 100 xapes, el cost del qual seria d'uns 30€.

Plantilla samarretes	60€
100 samarretes	200€
Xapes	30€

Concerts post-jornades

El pressupost estimat per als concerts és de 700€ que es repartirien així:

Pau Alabajos	200
Mugroman	500

Despeses totals

Concepte	Total
Transport ponents	703,5
Allotjament ponents	468
Menjar convidats	144
Marxandatge	290
Concerts	700
Total	2305,5

Sistemes de finançament

- **Verkami**

El micromecenatge és una de les vies de finançament que més força està agafant en els últims anys. On més força té és en projectes culturals i socials, però també estan prenent rellevància projectes científics⁴⁰ i inclús empresarials⁴¹. La quantitat que es demanaria a la

40 Un dels últims projectes científics finançats és el submarí ICTINEU3 <http://www.Verkami.com/locale/ca/projects/6203-ara-es-lhora-de-la-veritat-fem-lesforc-final-posem-a-laigua-lictineu-3>

41 Unienpren és una plataforma de micromecenatge impulsada per la Universitat de València per finançar projectes empresarials o socials <http://www.uniempren.es/>

campanya de micromecenatge seria de 2.200€. Encara que siga quasi la mateixa quantitat que costarien les jornades, cal tindre en compte que un 5% del total és la plataforma *Verkami*, un 1'3% és de comissió bancària, i una altra part és per a les *recompenses* dels mecenes.

Els *packs* que els mecenes podran adquirir són els següents:

- Aportant 6€: El teu nom apareixerà a la secció d'agraïments web de les jornades.
- Aportant 12€: Una xapa de les jornades o amb el logo del collectiu + El teu nom als agraiments
- Aportant 20€: Samarreta + una xapa + El teu nom als agraiments
- Aportant 30€: DVD MengemSA + samarreta + xapa + El teu nom als agraiments
- Aportant 50€: Accés a descarregar el "cleen feed" de 10 vídeos del collectiu + totes recompenses anteriors
- Aportant 100€: Habitació d'hotel individual + totes les recompenses anteriors
- Aportant 125€: Habitació d'hotel doble + totes les recompenses anteriors
- Aportant 100€: Accés als "bruts" dels reportatges de Melderomer.tv + totes les recompenses anteriors.
- Aportant 250€ (limitades: 3): Dirigit a associacions sense ànim de lucre: Realització d'un espot de promoció de l'associació (o altres servicis audiovisuals) + totes les recompenses anteriors
- Aportant 400€: Dirigit a empreses: Seràs patrocinador de les jornades, el teu logo apareixerà a la cartelleria i es farà difusió del teu web a través dels comptes oficials a les xarxes socials + 3 samarretes + xapes i 3 DVDs.

Com diu a la pròpia web del *Verkami*, «l'aportació més habitual és de 20€-25€» per tant s'estima si la majoria de mecenes escullen el *pack* de 20€ seran necessaris uns 110 mecenes, si escullen la de 30 faran falta 73 mecenes.

A estos 2.200€ que es pretenen recaptar hauríem de restar-li el 5% que es queda *Verkami* més el 1,35% de comissió bancària més el cost del marxandatge que seria de 290€. També caldria restar-li els 45-53€ corresponents a la gent que esculla reservar habitació. De totes formes, donat el públic objectiu de les jornades no esperem que esta opció siga escollida per més de 5 o 6 persones, ja que esperem que la majoria vinguen de Gandia, València, Castelló i altres ciutats del País Valencià. El cost estimat és de 300€.

El *benefici net* del *Verkami* seria de 1470€

• **Donacions**

Com hem comentat abans, s'obri la porta a que aquells que no vulguen col·laborar al micromecenatge a través de *Verkami* puguen fer una donació voluntària al collectiu o bé un

pagament de 3€ en començar les jornades. De totes formes per esta via no s'espera traure massa diners. L'estimació és d'uns 70€, o el que és el mateix, que unes 20 persones feren una donació de 3€. Es una estimació que pot parèixer a la baixa però cal tindre en compte que la majoria ja faran el pagament a través de Verkami.

- **Subvencions/ajudes**

La UPV concedix ajudes a projectes culturals i que fomenten l'ús del valencià. Les principals subvencions són les que aporta el Vicerectorat de Cultura i les de l'Àrea de Promoció i Normalització Lingüística.

L'any passat la partida del Vicerectorat de Cultura per a projectes culturals era de 15.000€ amb una assignació màxima per projecte de 2.500€. La xifra a demanar seria d'uns 1.000€.

- **Possibles patrocinadors**

En principi la via del patrocini no s'utilitzarà. S'espera traure suficient finançament amb les vies anteriors. Esta via s'utilitzaria només en el cas que la campanya de micromecenatge no donara els fruits esperats o si la subvenció no se'ns concedira. Com a possibles patrocinadors es contemplen principalment estos dos:

- **Caixa Popular:** Cooperativa de crèdit valenciana, considerada banca ètica, que aposta per la col·laboració i el finançament de projectes culturals. Amb converses mantingudes amb responsables de l'entitat a Gandia s'estima que la quantitat que podrien aportar és de fins a 200€⁴².
- **Pollos Planes:** Empresa valenciana que patrocina actes culturals, com les trobades d'Escoles en Valencià a algunes comarques o *Cançons al Dau*. L'import estimat és de 100€.
- **Altres patrocinadors:** S'obriria la porta a que altres empreses o entitats pogueren col·laborar amb donacions de 100-200€. A més, es pretén negociar amb l'empresa encarregada del marxandatge el que oferisquen els seus productes de manera gratuïta o amb importants descomptes com a manera de patrocinar l'esdeveniment.

- **Fons propis**

Posant-nos ja en un cas més extrem, si ni amb els patrocinis fora suficient per pagar les despeses, el col·lectiu Melderomer disposa d'uns fons propis de 875€.

- **Taula resum**

⁴² Les converses van tindre lloc fa mesos i no eren referides a estes jornades en particular sinó a projectes culturals en general.

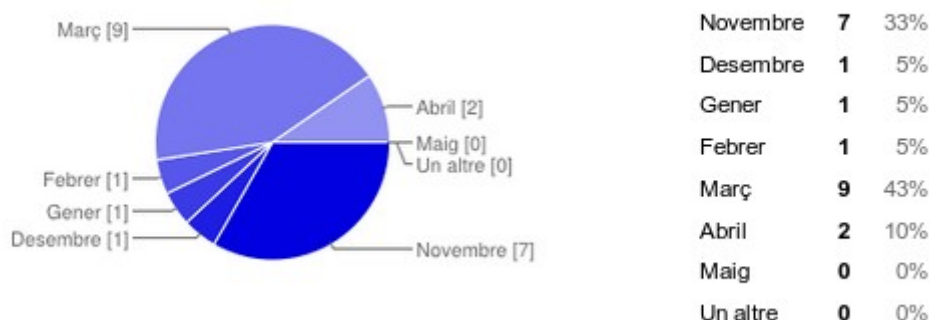
Verkami	1470€
Donacions	70€
Subvenció	1000€
	2540€

Cronograma

Data prevista

Per concretar la data de les jornades es va realitzar durant les primeres setmanes del mes d'agost una enquesta per preguntar als seguidors del col·lectiu Melderomer quin mes de l'any els pareixia més adequat. Se'ls va donar com a opcions els mesos compresos entre novembre i maig. La majoria van marcar novembre i març com a opcions preferides. Per tant, al estar pròxim el mes de novembre i coincidir amb altre esdeveniment, el Congrés universitari sobre creació de videojocs. *Gandia Game Meeting*, la data escollida és el mes de març. A més, a l'enquesta també se'ls va oferir la possibilitat d'escollir si volien les jornades concentrades en una mateixa setmana, a l'estil de les Jornades de Contrainformació de la UV, o repartides en diverses, a l'estil de les Jornades de Comunicació Alternativa de la UPF. L'Opció més votada, amb un 67% dels vots, fou la de concentrar-ho en una mateixa setmana. Així doncs, tot i que està per confirmar, el cronograma es farà agafant com a data de les jornades els dies 5, 6 i 7 de març, ja que els dies de la setmana més votats foren dimecres (17%), dijous (33%) i divendres (39%), en horari de vesprada (48%).⁴³

En quin mes t'agradaria que tingueren lloc les jornades?



Cronograma

	Agost	Setembre	Octubre	Novembre	Desembre	Gener	Febrer	M.
	33 34 35 36 37 38 39		40 41 42 43 44	45 46 47 48	49 50 51 52	1 2 3 4 5	6 7 8 9	10
JORNADES								
Planificació ⁴⁴								
Entrega de la memòria								
Defensa davant tribunal								
Contactes amb ponents ⁴⁵								

43 El resultat complet de l'enquesta es poden consultar a l'Annex E.

44 La planificació va començar mesos abans però al cronograma només s'han inclòs les últimes setmanes.

Comunicació	
Pàgina web	
Difusió per @melderomerAV	
Difusió per @JCAGandia	
Notes de premsa	
Mitjans alternatius	
Campanya de verkami	
Plaç d'inscripcions	
Pagament	

45 Hi haurà una primera ronda de contactes per confirmar assistències i un segon, quan estiga pròxima la data, per resoldre totes les necessitats que sorgisquen.

Conclusions

Acabada la planificació d'estes jornades es constata, per una banda, la dificultat i la gran quantitat d'elements a tindre en compte per a una correcta organització; però per altra, l'enriquiment cultural que suposa per a la comunitat universitària, i *extrauniversitària*, la realització d'este tipus d'esdeveniments. Encara que algunes parts de la planificació encara no s'han posat en marxa, i sempre poden sorgir imprevistos, les previsions s'han tractat de fer el més aproximat possible a la realitat, tenint en compte els coneixements previs i les experiències pròpies, i alienes, en este tipus d'actes. A més, la data escollida a través de les enquestes, dóna un marge ampli de temps per continuar treballant i portant a la pràctica molts dels processos recollits a este treball. Cal destacar, la predisposició del ponents, molts d'ells ja confirmats, a participar a este tipus d'esdeveniments. Així doncs, les jornades es duran a terme al març de 2014.

Però a més, de l'estudi realitzat al plantejament teòric es desprèn la poca presència que té la comunicació alternativa a les diferents universitats de l'estat espanyol. I per tant, la necessitat d'incrementar-la. Així, estes jornades serviran per oferir un complement formatiu als estudiants i professors, però també es pretén fer entendre a l'alumnat que la utilitat de les seues carreres va més enllà d'una finalitat lucrativa o comercial, sinó que també es poden destinar els seus coneixements a funcions socials. Confiem també que el panorama de reflexió que suposaran estes jornades anime alguns docents a incloure, dins de les seues possibilitats, algunes de les temàtiques que s'hi tractaran. Perquè així ho demanen les circumstàncies, l'actual crisi econòmica i de valors, i també ho reclamen, com es desprèn de la primera enquesta, els mateixos alumnes de Comunicació i Periodisme.

A tot açò cal afegir, i destacar, les facilitats que aporta el Campus de Gandia per a la realització d'estos esdeveniments. Les seues instal·lacions, espaioses i amb un bon equipament tècnic, i la predisposició dels responsables del Campus a acollir esdeveniments d'este tipus són de gran ajuda i han suposat un factor clau per a la seua elecció com a seu de les jornades. El Campus de Gandia continua apostant per les activitats culturals extra-acadèmiques com un complement a la formació dels estudiants i personal. Tot i això, i incidint amb el que hem esmentat anteriorment, encara que estes jornades servisquen de complement formatiu, la seua temàtica hauria de formar part, o tindrà més presència, a la carrera de Comunicació Audiovisual que s'impartix al Campus. El mateix ocorre amb altres esdeveniments similars, com podria ser el *Comunica2.0*. La realització d'este congrés és important pel renom que això pot donar al Campus i pels coneixements que els assistents hi adquirixen, però les temàtiques que s'hi tracten, al voltant del *social media*, no poden continuar apartades o tenint tan poca presència com tenen al Grau.

I com a mode de conclusió però també de problema o inconvenient que podem trobar-nos en l'organització de jornades com estes o similars, és el finançament. Encara que per a este esdeveniment en concret hem sabut trobat una via per fer-les viables, és un mètode, el micromecenatge i la subvenció, que limita molt la possibilitat d'organitzar més actes d'este tipus. Una campanya de micromecenatge no es pot demanar amb massa freqüència, n'hi ha moltes, i la gent sol apostar només per projectes novedosos. La subvenció per a projectes culturals, i la de l'Àrea de Promoció i Normalització Lingüística, poden ser una via sempre que s'organitzen tots els esdeveniments al Campus. Fora d'ell, caldria buscar altres vies, com caldria buscar-les per al finançament del col·lectiu i dels mitjans alternatius en general. És un repte que de moment es queda per resoldre. Però sabem que eixe, i altres reptes que afronta el món de la comunicació alternativa, trobaran una resposta, o almenys un intercanvi d'experiències, a estes *primeres jornades sobre comunicació alternativa al Campus de Gandia*.

Bibliografia (APA)

Althusser, L. (1988). *Ideologia y aparatos ideologicos del estado*. Buenos Aires: Nueva visión.

Barranquero, A. i C. Sáez (2010). Comunicació alternativa y comunicació para el cambio social democrático: sujetos y objetos invisibles en la enseñanza de las teorías de la comunicación. *Centre for Communication and Glocal Change*. Recuperat 13 maig 2013, des de <http://orecomm.net/wp-content/uploads/2010/01/AEIC-Barranquero-Saez.pdf>

Baydal, V. (2010, 8 abril). El Cabanyal i Notícies 9. *Vent d Cabylia*. Recuperat 27 juliol 2013 des de <http://www.ventdcabylia.com/2010/04/el-cabanyal-i-noticies-9.html>

Beltrán, L. R. (2005). *La comunicación para el desarrollo en Latinoamérica: un recuento de medio siglo*. Buenos Aires: Universidad de Buenos Aires. Recuperat el 28 juliol 2013 des de http://www.infoamerica.org/teoria_textos/lrb_com_desarrollo.pdf

CNJC. (2012, 12 novembre). Representants d'entitats juvenils i de la societat civil celebren l'11è Sopar de l'Associacionisme Jove Català. *CNJC - Consell Nacional de la Joventut de Catalunya*. Recuperat 7 agost 2013, des de <http://www.cnjc.cat/noticia/6451/representants-dentitats-juvenils-i-de-la-societat-civil-celebren-l11e-sopar-de-lassociacio>

Departamento de Periodismo - US. (2002). *Programa de la asignatura "Periodismo social y participativo"*. Sevilla: Departamento de Periodismo - Universidad de Sevilla. Recuperat 2 agost 2013, des de http://gdus.us.es/programas/1200060_1248.pdf

El_Diagonal (2013, 28 agost). @enrikap 12 empleadas a tiempo completo y 2 medias jornadas. Si tienes más preguntas, puedes escribir a comunica@diagonalperiodico.net. [Twitter] Recuperat 28 agost 2013 des de https://twitter.com/El_Diagonal/status/372757728181354497

ELMUNDO.es (2013, 18 abril). La Junta Electoral retira un vídeo del Consell para promover el voto. *El Mundo*. Recuperat 7 agost 2013, des de <http://www.elmundo.es/elmundo/2011/04/18/valencia/1303149587.html>

enAbierto.es. (2010, 6 juny). Grupo Radio Gandia compra Tele 7 Safor. *enAbierto.es :: Satélite, Televisión y Radio*. Recuperat 11 agost 2013, des de <http://www.enabierto.es/2012/06/radio-gandia-compra-tele-7-safor.html>

EQUITAS. (2010). *Guía general para la organización de congresos académicos*. Colombia: EQUITAS. Recuperat 13 juny 2013 des de <http://www.equitas.org.co/docs/48.pdf>

Ernesto. (2010, 8 abril). *Lliure Directe* [Radio podcast]. València: Ràdio Klara. Recuperat 28 juliol 2013 des de http://www.ivoox.com/brutalidad-policial-cabanyal-entrevista-a-ernesto-audios-mp3_rf_250336_1.html

Gente de la Safor. (2013, 10 juny). Comarques Centrals TV se queda sin subvención municipal. *Gente de la Safor*. Recuperat 11 agost 2013, des de http://gentedelasafor.net/not/20791/comarques_centrales_tv_se_queda_sin_su

Ginés, X. (2010, 12). El fet diferencial: La comunicació alternativa i els moviments socials al País Valencià. *Arxius de Ciències Socials*, 23, 213-227. Recuperat 13 juliol 2013 des de http://www.uv.es/~sociolog/arxius/arxius_23.html

Herrero, P. (2000). *Gestión y organización de congresos: operativa, protocolo y ceremonial*. Madrid: Síntesis.

Llei de la Generalitat Valenciana 7/1984, de 4 de juliol, de creació de l'entitat pública Radiotelevisió Valenciana (RTVV) i regulació dels serveis de radiodifusió i televisió de la Generalitat Valenciana, DOCV núm. 176 (1984)

López Lita, R., F. Fernández i F. Vilar (2003): *Radio y televisión en el ámbito local*. Castelló: Universitat Jaume I.

López, R. (2013, 28 abril). El Corte Inglés rima con Bangladesh. *LIBRETACANARIA | Un blog de Rafael López*. Recuperat 27 juliol 2013, des de <http://libretacanaria.org/2013/04/28/el-corte-ingls-rima-con-bangladesh/>

López, X. (2013). Información da Materia - Facultade de Ciencias da Comunicación - USC. *Universidade de Santiago de Compostela - Inicio - USC*. Retrieved August 4, 2013, from http://www.usc.es/gl/centros/cc_comunicacion/materia.html?materia=74444&ano=64

marqmarti (2013, 25 juliol). A la CNN, on Renfe no paga per publicitar-se, no parlen del tren 'Alvia'. Parlen de 'Renfe' [http://edition.cnn.com/2013/07/24/world/europe/spain-train-crash ...](http://edition.cnn.com/2013/07/24/world/europe/spain-train-crash...) [Twitter] Recuperat 25 juliol 2013, des de <https://twitter.com/marqmarti/status/360223077570842626>

Martínez, M. (2013). Información da Materia - Facultade de Ciencias da Comunicación - USC. *Universidade de Santiago de Compostela - Inicio - USC*. Retrieved August 4, 2013, from http://www.usc.es/gl/centros/cc_comunicacion/materia.html?materia=74415&ano=64

Melderomer. (2011). Nosaltres. *Melderomer.tv*. Recuperat 4 agost 2013, des de www.melderomer.tv/nosaltres/index.html

Mendigo. (2012). Los dueños de la información II . *La mirada del mendigo*. Recuperat 24 juliol 2013, des de <http://esmolawordpress.com/2012/07/09/los-duenos-de-la-informacion-ii/>

Muñoz, T. (2013, 10 juny). Becarios: el eslabón más precario. *Periodico Diagonal*, 199. Recuperat 5 agost 2013, des de <https://www.diagonalperiodico.net/panorama/becarios-eslabon-mas-precario.html>

RTVVPlural. (2013, 8 abril). Segon dia d'enderrocs al Cabanyal . *YouTube*. Recuperat 27 juliol 2013 des de www.youtube.com/watch?v=KX9hwBYa9pw

Sáez Baeza, C. (2008) *Tercer sector de la comunicación. Teoría y praxis de la televisión alternativa. Una mirada a los casos de España, Estados Unidos y Venezuela* . *Tesis doctoral*. Barcelona: Universitat de Barcelona. Recuperat 04 abril 2013 des de <http://www.tdx.cat/TDX-1021109-003052/>

SaforInformatiu (2012, 27 gener). Gandia: Torró pagará 3.500.000 euros a las dos teles locales, una de ellas alegal. *Safor Informatiu*. Recuperat 11 agost 2013, des de <http://www.saforinformatiu.es/gandia-torro-pagara-3-500-000-euros-a-las-dos-teles-locales-una-de-ellas-alegal/>

Sandoval, M. T. (2013). Ficha: Comunicación y participación ciudadana en la red (212 - 13268). *UC3M*. Recuperat 3 agost 2013, des de http://www3.uc3m.es/reina/Fichas/Idioma_1/212.13268.html

Serrano, P. (2010). *Traficantes de información. La historia oculta de los grupos de comunicación españoles*. Barcelona: Foca Investigación.

siemprepeligroso. (2010, 8 abril). Carga policial en El Cabanyal. *YouTube*. Recuperat 27 juliol 2013 des de http://www.youtube.com/watch?v=Ua5rq_7CCEU

van Dijk, T. A. (2004). *Discurso y dominación*. Bogotá: Universidad Nacional de Colombia. Recuperat 25 juliol 2013 des de <http://www.discursos.org/oldarticles/Discurso%20y%20dominaci%F3n.pdf>

van Dijk, T. A. (2010, hivern). Discurs, poder i elits simbòliques. *Barcelona Metropolis*, 77, 40-48. Recuperat 23 juliol 2013, des de <http://w2.bcn.cat/bcnmetropolis/hemeroteca/77/>

WebUsable. (2001). Los colores. *WebUsable*. Recuperat 21 agost 2013, des de <http://www.webusable.com/coloursMean.htm#negro>

Vilaweb (2011, 4 juliol). El PP tanca Gandia TV 'temporalment'. *Vilaweb*. Recuperat 11 agost 2013, des de <http://www.vilaweb.cat/noticia/3906339/20110704/pp-tanca-gandia-tv-temporalment.html>

ANNEXOS

Annex A: Assignatures relacionades amb la comunicació alternativa

Este és un resum de la presència d'assignatures relacionades amb la comunicació alternativa que hem pogut trobar després d'analitzar els plans d'estudis de les carreres de Comunicació Audiovisual i Periodisme de totes les universitats públiques de l'estat espanyol. El document on s'han recollit tots els plans d'estudis no s'ha inclòs com a Annexe pel seu gran volum. Es pot consultar a la següent adreça: <http://www.scribd.com/doc/157902399/Plans-d-estudis-de-CAU-i-Periodisme-de-les-universitats-publicues-espanyoles> o entrant al meu perfil d'Scribd i buscant-lo entre els documents pujats <http://www.scribd.com/Enric-Capoll>.

COMUNICACIÓ AUDIOVISUAL

Universitat	Teories de la comunicació	Altres: com gènere i comunicació, ètica periodística, etc.	Específiques sobre comunicació alternativa o participativa
Granada	x	Representación audiovisual, estereotipos y marginalidad. Teoría y análisis del discurso audiovisual	
Màlaga	x	Deontología	Comunicación Audiovisual y Cambio Social
Sevilla	X	Mitos e imaginario de la cultura de masas Comunicación Audiovisual y género	
Burgos	x		
Salamanca	X	Movimientos políticos contemporáneos	
UAB	x	Deontologia periodística i llibertat d'expressió	
UB	x		

Girona			
UPC			
Lleida	x	Ètica i responsabilitat professional	
UPF	Itinerari Teories de la Comunicació		
Rovira i Virgili	X	Estructura i canvi social Ciutadania Op: Globalització, cultura i societat. Gènere i comunicació	
Alcalá	x		
Carlos III			
Complutense	x	Ètica y deontología	
Rey Juan Carlos	x		
Jaume I	X	Ètica i deontologia	
UPV	x		
UV	X	Polítiques de gènere i teoria del discurs Op: Comunicació Audiovisual i discurs polític	
Universidade da Coruña			
Santiago	x	<u>Instituciones políticas e movimientos sociales</u>	
Vigo	x	<u>Propaganda en medios audiovisuales</u>	
Illes Balears	x	Ètica	
EHU	X	<u>Comunicación Interpersonal y en Grupo</u>	
Murcia	x	<u>Deontologia</u> <u>Historia del Pensamiento y de los Movimientos</u>	

25 universitats

PERIODISME

Universitat	Teories de la comunicació	Altres: com gènere i comunicació, ètica periodística, etc.	Específiques sobre comunicació alternativa o participativa
Málaga	x	Historia i modelos del periodismo	
Sevilla	x		Comunicación para el Desarrollo Social Periodismo social y educativo
Zaragoza	x	Derecho y deontologia	
La Laguna	x	Deontologia	
UCLM	x		
Valladolid	x	Etica i deontologia	
UAB	x	Deontologia	
UPF	x	Deontologia comunicació de crisi	
Rovira i Virgili	X	Estructura i canvi social Ciudadania Op: Globalització, cultura i societat. Gènere i comunicació	
Carlos III	x	Periodismo y Cambio Social en España	Comunicación y Participación Ciudadana en la Red
Complutense	X	“ Op: La empresa y su	

		relación con los sistemas políticos Comunicación y género Historia de la propaganda	
Universidad a Distancia de Madrid	x	Deontología	
Rey Juan Carlos	x		
UJI	X	Etica Comunicació per a la igualtat Op: gènere i comunicació	
Miguel Hernández	X	Etica i deontologia	
UV	x		
Santiago	x	<u>Instituciones Políticas e Movimientos Sociales Contemporáneos</u>	<u>Movimientos xornalísticos e comunicación cidadá</u> <u>Comunicación Interpersoal e Comunitaria</u>
Illes Balears	x	Etica	
EHU	X	Deontologia	<u>Periodismo Social y Participativo en Internet</u>
Murcia	x	Responsabilidad periodística	
20 universitats			

Annex B: Resultats de l'enquesta sobre comunicació alternativa a la universitat

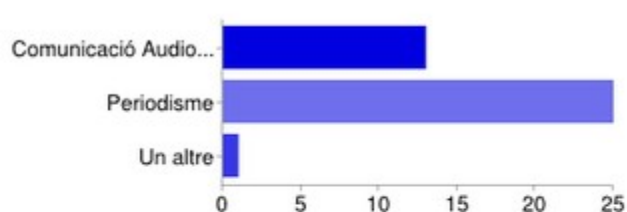
Les respostes de l'enquesta una per una estan publicades a:

<https://docs.google.com/spreadsheet/pub?key=0Avaz9dZ5i9CidGJFRndtR1dUMldsLTIFRjFWS21qTEE&output=html>

<https://docs.google.com/spreadsheet/pub?key=0Avaz9dZ5i9CidGJFRndtR1dUMldsLTIFRjFWS21qTEE&output=html>

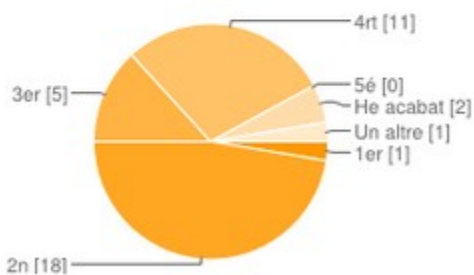
Enllaç curt: <http://bit.ly/1dh4fPW>

Quina carrera estudies?



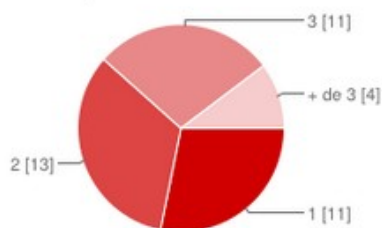
Comunicació Audiovisual	13	33%
Periodisme	25	64%
Un altre	1	3%

En quin curs estas?



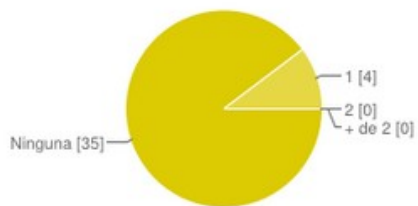
1er	1	3%
2n	18	47%
3er	5	13%
4rt	11	29%
5è	0	0%
He acabat	2	5%
Un altre	1	3%

A quantes assignatures heu tractat les teories de la comunicació, del discurs, el postmodernisme, etc?



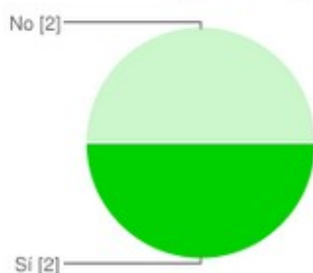
1	11	28%
2	13	33%
3	11	28%
+ de 3	4	10%

Teniu alguna assignatura específica dedicada a la comunicació alternativa o els mitjans lliures o comunitaris?



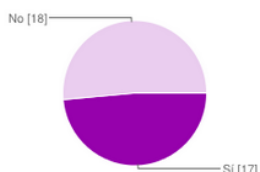
Ninguna	35	90%
1	4	10%
2	0	0%
+ de 2	0	0%

A més de a eixes assignatures, heu tractat la comunicació alternativa a altres assignatures?



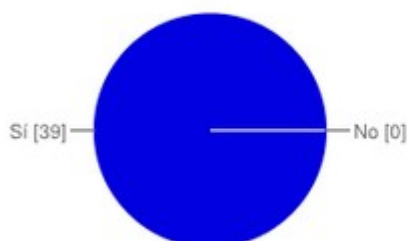
Sí	2	50%
No	2	50%

En cas que no tingueu cap assignatura específica, algun professor ha dedicat part del seu temari a parlar-vos de comunicació alternativa i mitjans lliures?



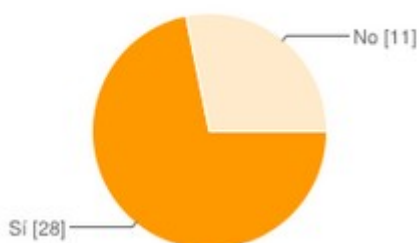
Sí	17	49%
No	18	51%

Penses que la comunicació alternativa hauria de tindre més pes als plans d'estudis?



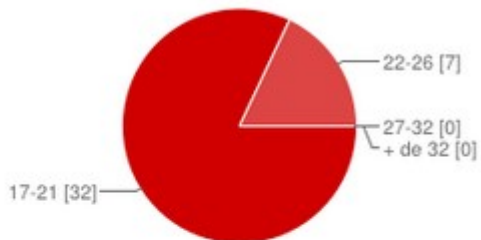
Sí	39	100%
No	0	0%

Et planteges els mitjans alternatius o comunitaris com una eixida laboral?



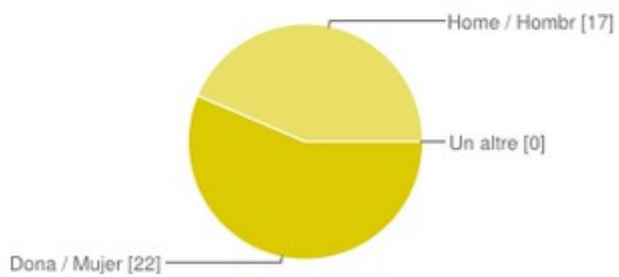
Sí	28	72%
No	11	28%

Indica la teua edat:























17-21	32	82%
22-26	7	18%
27-32	0	0%
+ de 32	0	0%











Sexe:



Dona / Mujer	22	56%
Home / Hombre	17	44%
Un altre	0	0%

Annex C: Preus habitacions Hotel Cibeles

Tipus d'habitació	Condicions	Màx. ▼	Preu
<p>▶ Habitació Individual</p>  <p>  21 m²  TV de pantalla plana  Aire condicionat </p> <p>preus per habitació Inclòs en el preu de l'habitació: 10% IVA.</p>	<ul style="list-style-type: none"> • No reemborsable  		€ 59,50 € 38,25 Estalvia € 21,25
	<ul style="list-style-type: none"> • No reemborsable  • Esmorzar inclòs 		€ 45,00 € 40,80
	<ul style="list-style-type: none"> • No reemborsable  • Mitja pensió inclosa 		€ 65,45 € 44,20 Estalvia € 21,25
	<ul style="list-style-type: none"> • Cancel·lació GRATUÏTA, paga durant l'estada  		€ 70 € 45 Estalvia € 25
	<ul style="list-style-type: none"> • No reemborsable  • Pensió completa inclosa 		€ 68 € 46,75 Estalvia € 21,25
	<ul style="list-style-type: none"> • Cancel·lació GRATUÏTA, paga durant l'estada  • Esmorzar inclòs 		€ 54 € 48
	<ul style="list-style-type: none"> • Cancel·lació GRATUÏTA, paga durant l'estada  • Mitja pensió inclosa 		€ 77 € 52 Estalvia € 25
	<ul style="list-style-type: none"> • Cancel·lació GRATUÏTA, paga durant l'estada  • Pensió completa inclosa 		€ 80 € 55 Estalvia € 25

Tipus d'habitació	Condicions	Màx. ▼	Preu
<p>▶ Habitació Doble - 2 Llits</p>  <p>21 m² TV de pantalla plana Aire condicionat</p> <p>preus per habitació Inclòs en el preu de l'habitació: 10% IVA.</p>	<ul style="list-style-type: none"> No reemborsable 		 € 51 € 45,05 Oferta intel·ligent
	<ul style="list-style-type: none"> No reemborsable Esmorzar inclòs 		€ 56,10 € 50,15
	<ul style="list-style-type: none"> Cancel·lació GRATUÏTA, paga durant l'estada 		€ 60 € 53
	<ul style="list-style-type: none"> No reemborsable Mitja pensió inclosa 		€ 62,00 € 56,95
	<ul style="list-style-type: none"> Cancel·lació GRATUÏTA, paga durant l'estada Esmorzar inclòs 		€ 66 € 59
	<ul style="list-style-type: none"> No reemborsable Pensió completa inclosa 		€ 68 € 62,05
	<ul style="list-style-type: none"> Cancel·lació GRATUÏTA, paga durant l'estada Mitja pensió inclosa 		€ 74 € 67
	<ul style="list-style-type: none"> Cancel·lació GRATUÏTA, paga durant l'estada Pensió completa inclosa 		€ 80 € 73

Annex D: Descripció completa de la informació sol·licitada per Verkami

DESCRIU EL PROJECTE

Les Jornades sobre Comunicació Alternativa naixen amb l'objectiu de «reflexionar al voltant de la comunicació i el periodisme a l'estat espanyol en temps de crisi per buscar alternatives a l'actual model comunicatiu». Estes tindran lloc al Campus de Gandia al mes de febrer de 2014.

PRESSUPOST A GRANS TRETES

El micromecenatge és la principal font de finançament de la campanya. Tot i que hi ha d'altres. Amb el verkami es pretèn finançar un 60% del projecte. La resta de diners provindrien d'una subvenció per a projectes culturals del Vicerectorat de Cultura de la UPV (encara no ha eixit la convocatòria) i de possibles patrocinis.

QUAN S'ENTREGARAN LES RECOMPENSES?

Les recompenses materials s'entregaran el dia que tinguen lloc les jornades. Si algú no pot assistir-hi es donarà la possibilitat de recollir-les a diferents punts de la ciutat de València, Castelló i Alcoi.

EXPERIÈNCIA PRÈVIA

Encara que el projecte l'estic planificant jo, ja que forma part del meu Treball Final de Grau, l'organització i el treball el durem a terme els membres del Col·lectiu Audiovisual Melderomer (melderomer.tv), una associació cultural que fa el paper de mitjà de comunicació alternatiu i alhora ofereix servicis audiovisuals a baix cost a altres col·lectius amb finalitat social. El finançament del col·lectiu es du a terme principalment a través les quotes i derrames dels associats i sobretot a través de col·laboracions amb altres col·lectius. També s'obtenen alguns ingressos per donacions a través de transferència bancària o microdonacions a través de la plataforma Flatrr. El micromecenatge és la primera vegada que l'utilitzem.

GENT A LA QUE ARRIBAR

La campanya es difondrà a través de les xarxes socials del col·lectiu. També es demanarà la col·laboració de cantautors, polítics i activistes reconeguts per tal d'arribar a més gent. Al realitzar-se a la universitat, la pròpia institució també col·laborarà en la difusió del projecte.

PERFILS A LES XARXES SOCIALS

Col·lectiu Melderomer:

<http://twitter.com/melderomerAV>

<https://www.facebook.com/melderomerAV>

<https://plus.google.com/108805743326894553258/>

Enric Capoll:

<http://twitter.com/enrikap>

es.linkedin.com/in/enriccapoll

MÉS INFORMACIÓ

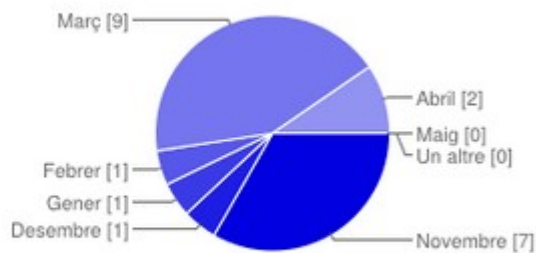
La memòria del projecte i els annexos es publicaran ací

<http://www.scribd.com/Enric-Capoll>

Annex E: Resultats enquesta sobre la data de les jornades

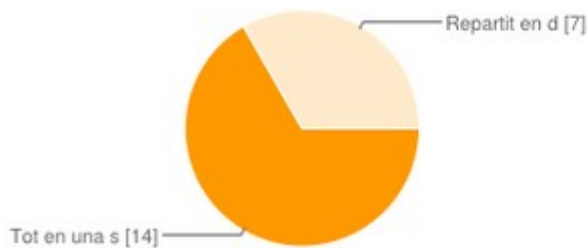
Respostes:

En quin mes t'agradaria que tingueren lloc les jornades?



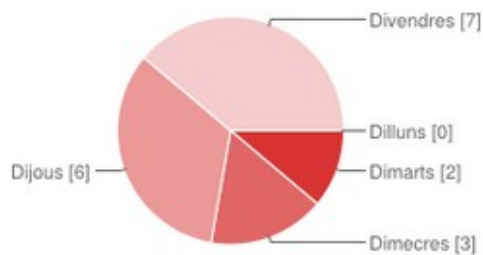
Novembre	7	33%
Desembre	1	5%
Gener	1	5%
Febrer	1	5%
Març	9	43%
Abril	2	10%
Maig	0	0%
Un altre	0	0%

Concentrem les jornades en una mateixa setmana o ho repartim en diverses?



Tot en una setmana	14	67%
Repartit en diverses	7	33%

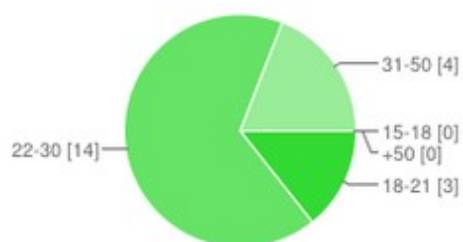
Si finalment es repartiren les jornades en diverses setmanes, quin dia de la setmana preferiries?



Dilluns	0	0%
Dimarts	2	11%
Dimecres	3	17%
Dijous	6	33%
Divendres	7	39%

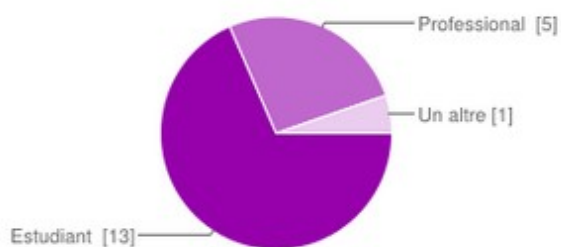
Perfil dels enquestats

Indica'ns la teua edat



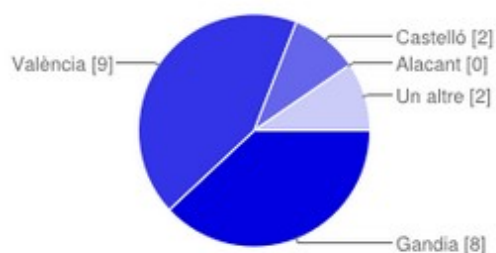
15-18	0	0%
18-21	3	14%
22-30	14	67%
31-50	4	19%
+50	0	0%

Quina és la teua ocupació?



Estudiant	13	68%
Professional de la Comunicació	5	26%
Un altre	1	5%

Ciutat on vius:



Gandia	8	38%
València	9	43%
Castelló	2	10%
Alacant	0	0%
Un altre	2	10%