

Treball Final

Emprenedor del Grau de Comunicació

Kalar!

Espai sociocultural híbrid
(presencial i d'emissió per internet)
de les Terres de l'Ebre

Tipologia: Projecte emprenedor

Autor: Víctor Montecino Valls

Tutora: Clara Sánchez-Castro Bonfill

Universitat Oberta de Catalunya

Grau de Comunicació

Tortosa, juny del 2023

Treball de Fi de Grau

Tipologia: Projecte emprenedor

Autor: Víctor Montecino Valls

Tutora: Clara Sánchez-Castro Bonfill

Universitat Oberta de Catalunya

Grau de Comunicació


Tortosa, juny del 2023

Índex

Resum executiu.....	5
Paraules/Conceptes clau.....	7
Introducció.....	8
Justificació.....	9
Objectius.....	10
Objectiu general.....	10
Objectius específics:.....	10
Marc teòric.....	11
Espais i cultura a Tortosa i les Terres de l'Ebre.....	13
Metodologia.....	15
Anàlisi de la competència.....	15
Mitjans de comunicació.....	15
Els mitjans a les xarxes socials.....	18
Espais socioculturals.....	19
Recerca qualitativa i quantitativa.....	21
Recerca quantitativa, enquesta.....	22
Resultat de l'enquesta.....	24
Dades bàsiques.....	24
Consum dels espais socioculturals actuals.....	26
Coneixement de les activitats socioculturals.....	27
Interés per la idea del projecte.....	28
Recerca qualitativa, entrevistes.....	32
Resultat de les entrevistes.....	33
Anàlisi de resultats connectada amb el projecte.....	35
Anàlisi DAFO.....	35
L'empresa.....	37
Model de negoci Canvas.....	37
Logotip i nom de l'empresa.....	39
Logotip.....	39
Altres elements de la marca.....	40
Missió, visió i valors.....	42
Descripció de l'empresa.....	42
Funcionament.....	43
Conclusions.....	37
Bibliografia.....	49
Annexes.....	51

Resum executiu

Nom del projecte Xalar!	Marca empresarial
Resum Projecte empresarial amb l'objectiu d'establir i gestionar un espai sociocultural amb la finalitat de fomentar l'expressió artística, la cohesió social i la participació comunitària. Este espai proporcionarà una plataforma per a la realització d'activitats culturals, com ara exposicions d'art, concerts, tallers creatius i altres esdeveniments relacionats per mostrar a internet.	
Equip emprendedor: Víctor Montecino Valls	
Producte - solució Espai, pàgina web i xarxes socials per a la promoció i difusió d'activitats de múltiple índole sociocultural en relació amb el territori.	
Avantatges competitius <ul style="list-style-type: none">• Model híbrid per a oferir activitats a un públic presencials i per internet.• Local 100 % preparat per a múltiples tipus d'activitats.	
Model de negoci Basat en la relació amb altres entitats, institucions i empreses per a la difusió de les seues activitats, ja sigue amb la venda d'entrades per als actes o pagament de tant fix per als interessos exponencials de les empreses.	
Mercat objectiu <ul style="list-style-type: none">• Gent nascuda i/o resident a les Terres de l'Ebre interessada en el teixit sociocultural del territori.• Empreses interessades en oferir activitats a l'espai, sigue de forma pública com privada.• Entitats socioculturals.	Competència Actualment no existix cap altra empresa que oferisquen el mateix.
Fites assolides Establir un nínxol de mercat en l'híbrides d'un espai sociocultural físic i per internet.	Fites per assolir Crear una xarxa amb entitats, escoles i empreses per a crear una programació estable. Ser un local de referència a les Terres de l'Ebre. Aconseguir la màxima difusió per internet.

<p>Nombre del proyecto Xalar!</p>	<p>Marca empresarial</p> 
<p>Resumen <i>Proyecto empresarial con el objetivo de establecer y gestionar un espacio sociocultural con el fin de fomentar la expresión artística, la cohesión social y la participación comunitaria. Este espacio proporcionará una plataforma para la realización de actividades culturales, como exposiciones de arte, conciertos, talleres creativos y otros eventos relacionados para mostrar en internet.</i></p>	
<p>Equipo emprendedor: Víctor Montecino Valls</p>	
<p>Producto - solución <i>Espacio físico, página web y redes sociales para la promoción y difusión de actividades de múltiple índole sociocultural en relación al territorio.</i></p>	
<p>Ventajas competitivas</p> <ul style="list-style-type: none"> • <i>Modelo híbrido para ofrecer actividades a un público presencial y por internet.</i> • <i>Local 100% preparado para múltiples tipos de actividades.</i> 	
<p>Modelo de negocio <i>Basado en la relación con otras entidades, instituciones y empresas para la difusión de sus actividades, ya sea con la venta de entradas para los actos o pago de tanto fijo para los intereses exponenciales de empresas.</i></p>	
<p>Mercado objetivo</p> <ul style="list-style-type: none"> • <i>Gente nacida y/o residente en las Terres de l'Ebre interesada en el tejido sociocultural del territorio.</i> • <i>Empresas interesadas en ofrecer actividades en el espacio, sea de forma pública como privada.</i> • <i>Entidades socioculturales.</i> 	<p>Competencia <i>Actualmente no existe ninguna otra empresa que ofrezca lo mismo.</i></p>
<p>Hitos logrados <i>Establecer un nicho de mercado en la hibridez de un espacio sociocultural físico y por internet.</i></p>	<p>Hitos por lograr <i>Crear una red con entidades, escuelas y empresas para crear una programación estable. Ser un local de referencia en las Terres de l'Ebre. Alcanzar la máxima difusión por internet.</i></p>

Paraules/Conceptes clau

1. Retransmissió en directe
2. Societat i associoassionisme
3. Cultura i art
4. Comunitat
5. Participació
6. Educació
7. Entreteniment

1. #endirecte
2. #terresebre
3. #streaming
4. #culturaebre

Introducció

Vull crear un **mitjà de comunicació presencial i per internet**. La base serà un espai físic amb escenari i zona per a públic, amb càmeres i microfonia que permete emetre per internet els actes i activitats que s'hi desenvolupen. Això permetrà unir una idea tan antiga com és una àgora o un ateneu, encara vigent en alguns pobles petits com a casal cultural o centre social, amb les noves possibilitats que ofereix la xarxa i les noves tecnologies.

Serà un lloc per a focalitzar el que passa a Tortosa i les Terres de l'Ebre amb xerrades, debats, actuacions musicals o teatrals, etc. Temes d'interés de proximitat per maximitzar una zona rica, a la vegada que menystinguda històricament. També serviria per a oferir una eina a les empreses per a fer difusió, tant de forma pública com privada, de la seua activitat.

Així i tot, no es tracta d'un plató més, sinó de donar el caliu que ofereix el **públic presencial** i del que manquen, generalment, les televisions i ràdios locals. I també el no presencial, la qual cosa permeten interactuar, en directe i en diferit, les diferents plataformes existents com Facebook, Instagram, YouTube, o Twitch d'entre les moltes (Comuñas, 2019).

També pretén buscar oferir **allò que realment la gent vol**, i no complir amb els convenis o acords amb empreses, entitats i ens públics com fan actualment els dos grups de mitjans audiovisuals privats de les Terres de l'Ebre. Tot plegat com a nou referent comunicacional i mediàtic, tot i que també com a espai social.

L'altre puntal serà una pàgina web que actuarà com un **mitjà digital** on es bolcarà tot el que passe a l'àgora, amb promoció prèvia i resums posteriors, a més de tenir-hi les retransmissions. D'aquí, a les xarxes socials, amb la difusió que permeten amb enllaços a la pàgina web i amb fragments dels vídeos de les difusions.

Justificació

Els mitjans de comunicació sempre m'han atret, tot i que mai m'havia plantejat dedicar-m'hi professionalment fins que se'm va oferir la possibilitat, sense esperar-ho. Gràcies a treballar en una televisió de proximitat vaig descobrir la riquesa de les Terres de l'Ebre i les nombroses activitats que organitzen ajuntaments, associacions i múltiples entitats.

Per una altra banda, **el teixit associatiu tortosí**, per posar un exemple, **és molt ric**, amb gairebé 200 entitats al terme municipal (Ajuntament de Tortosa, 2017), moltes d'elles amb la cultura com a eix vertebrador. Així i tot, la majoria treballen per a si mateixes i poques ofereixen la possibilitat que altres persones, especialment si no són del cercle dels i les membres, en puguin ser espectadors i espectadores.

Les principals entitats que surten al carrer, perquè és el seu ADN, són les que porten els gegants, nans i bèsties o les que acompanyen amb música folklòrica. Això no impedeix que les altres no puguin o no tinguin res a explicar a la resta de la població.

Històricament, però, a Tortosa hi ha hagut diferents **espais d'entreteniment**, com per exemple molts cinemes partint de diferents iniciatives (Otero, 2011), tot i que en l'actualitat no existeix cap espai destinat 100 % a esta finalitat al municipi, com sí a la veïna població de Roquetes. A més, tot i que en el seu moment Tortosa va tenir diverses sales de cinema i de teatre, actualment no existeix cap sala de cinema, només el teatre-auditori municipal, amb dues sales i el projecte d'ampliar a una més que l'Ajuntament de Tortosa ha pogut tirar endavant recentment (Ajuntament de Tortosa, 2022), tot i que hi projecta audiovisuals del "Cicle Gaudí" i "Docs del Mes" (Ajuntament de Tortosa).

L'Ajuntament de Tortosa té previst recuperar un altre projecte històric com és el Balneari d'en Porcar (Ràdio Tortosa, 2019), que en el seu moment va aconseguir convertir-se en un centre amb hotel, casino, teatre i uns grans jardins, a més de comercialitzar la mateixa aigua amb una embotelladora (Favà, 2017). El Balneari d'en Porcar va arribar a ser un punt d'atracció de la gent més selecta fins que Primo de Rivera va prohibir el joc el 1923, inici del declivi de l'espai (Díaz, 2020).

Així, més enllà dels teatres i els cinemes, amb els seus alts i baixos remarcats en època pandèmica (Polo, 2021), a les Terres de l'Ebre fa temps que no hi ha espais oberts al públic. L'últim intent va ser la "Nit de l'Humor" que es feia al "Clubzigrana" d'Amposta (Facebook, 2017), una mena de "Club de la Comèdia" sense retransmissió per televisió.

Objectius

Objectiu general

El principal objectiu és deixar enllestit un **document previ a la posada en marxa d'un negoci viable** que ofereixque un mitjà de comunicació audiovisual, social i cultural adaptat als paradigmes que ofereixen les noves tecnologies en l'actualitat, pensat com a nou altaveu per a la gent, tant a qui té alguna cosa per contar com a qui vol saber què passa a l'entorn territorial on s'ubique el nou espai físic de comunicació. A partir d'aquí, es pretén ser una plataforma per donar a conèixer i impulsar nous talents i per a crear consciència del que passa al municipi o el territori.

Tot això passarà per una adequada promoció tant del negoci/mitjà de comunicació com de tot allò que passa pel seu escenari, tant abans, durant, com després de "l'actuació". Aquí es jugarà amb una simbiosi entre els coneixements de màrqueting per promoure-ho i de periodisme pel que fa als temes més relacionats amb l'actualitat, les exposicions i debats.

El nou mitjà de comunicació permetrà aplicar un nou punt transmèdia poc explotat: la presencialitat. Es tracta d'un factor evident a tot arreu, però al que no se li dona la importància que pot merèixer el públic.

Objectius específics:

1. Crear un **espai físic atractiu i polivalent** per a les diferents finalitats com a punt de trobada a tall d'àgora o ateneu, i com a mitjà de comunicació gràcies a les noves possibilitats que ofereixen internet i les noves tecnologies.
2. Crear un **espai virtual** on anunciar, promoure i mostrar el que passa a l'espai físic, en directe i posteriorment amb les gravacions, amb articles informatius i que permetrà centralitzar els enllaços a les xarxes socials.
3. Crear **sinergies** amb les diferents entitats públiques i privades perquè utilitzen l'espai per a la seua promoció interna i externa d'activitats.

Marc teòric

Els espais públics de pensament, el que a l'antiga Grècia es coneixen com a **àgores**, han desaparegut o s'han transformat en petites taules de bar, tertúlies de ràdio i televisió o, salvant la distància, les **xarxes socials**. A més, els grans centres i moviments culturals sembla que estan quedant relegats a les grans capitals (amb oferta tant pública com privada) o als municipis dels quals els ajuntaments es poden permetre teatres públics.

Tot i que encara existixen les places on la gent s'aplega, el seu ús com a àgores de l'antiga Grècia s'ha individualitzat s'ha perdut amb el pas dels segles i, en l'actualitat, estranyament s'hi crea comunitat si no s'aprofiten per a activitats concretes. La seua versió privada, l'**ateneu**, també ha quedat reduït a algunes poques organitzacions selectes. Per una altra banda, la pandèmia de la covid-19 ens ha fet valorar més els espais tant dins com fora de casa. Els espais públics i oberts han tornat al punt àlgid per a compartir moments i idees, com ho han fet sempre els bars i ara les xarxes socials. A més, internet està oferint grans possibilitats per traslladar-se allà on i quan vulguem.

Per una altra banda, l'arribada dels mitjans de comunicació de masses va canviar el paradigma de la posada en comú de les idees i internet ha acabat de fer-hi un gir. A més, qualsevol lloc (municipi, comarca, vegueria, etc.), probablement, ja disposa dels seus mitjans de comunicació locals i de proximitat que s'ocupen de tractar allò que passa al seu territori. Moltes vegades, els mitjans de proximitat es veuen limitats pel pressupost o personal a l'hora d'arribar a tothom i sempre resulten una cosa tancada: emeten el tema i ja està.

Així mateix, l'avenç de la tecnologia ha segmentat el públic més que mai, dividint per franges d'edat segons els dispositius i, fins i tot, les xarxes socials. En conseqüència, oferir les diferents plataformes és bàsic per a arribar al màxim de públic possible, des de la presencialitat fins a la reproducció gravada dels esdeveniments, amb les respectives d'eines comunicatives en directe (xats) i en diferit (comentaris).

Un dels factors en el que cal emmirallar-se és en l'auge dels **pòdcasts**, que en l'últim any s'ha duplicat el temps d'escolta (Martínez, 2022), tant per a l'entreteniment com en la narrativa periodística (González, 2018). Alhora, cada vegada més creadors i creadores de contingut se sumen a la producció de vídeo pòdcast o vídeocast, a més a més d'empreses que els inclouen en la seua estratègia de màrqueting digital. Això afegit a la creació de continguts audiovisuals per a xarxes socials com Instagram o Tik Tok, que també ha contribuït al seu apogeu.

Una sèrie d'idees que estan portant a moltes persones, més o menys anònimes, a estar a primera fila de la comunicació per internet, ja sigue amb pòdcasts d'àudio amb bolos puntuals o directament considerat amb vídeo. Una unió dels dos plantejaments és el que pretén ser este projecte audiovisual transmèdia per oferir-ho a la conjunció de públic presencial i per internet, amb l'afegit de què no

ser un sol pòdcast amb una temàtica i uns protagonistes concrets, sinó obert a tothom.

Tot plegat s'ha de tenir en compte amb l'evidència que la reducció de cost de la infraestructura tecnològica permet. Abans, habilitar un espai amb càmeres i emissió tenia un cost elevat que avui en dia, amb càmeres web, en el cas més econòmic, o robotitzades i automatitzades, ja amb més pressupost, permeten pujar al carro amb facilitat.

A més, les diferents plataformes d'internet ja permeten l'emissió en directe o la pujada de vídeos prèviament gravats oferint, també, no només un baix cost en la infraestructura necessària, sinó tenir ingressos pel nombre de visualitzacions i escoltes a través de la mateixa plataforma, podent magnificar-ho de disposar de diverses d'elles. Això comporta un punt afegit al volum d'ingressos, tot i que amb el temps s'ha anat complicant, ja que les plataformes redueixen la quantitat econòmica que paguen a qui emeten per internet, streamers, amb els canvis de sistema de monetització que efectuen (Lechuga, 2022).

Amb tot això, són diferents eines que poden oferir més o menys ingressos i que no han de ser la font principal, o no pretendre-ho. Tot, amb la idea que la convergència tecnològica propiciada per la revolució digital obren un ventall ample de possibilitats a la comunicació actual, amb un apropament entre la tecnologia i els mitjans de comunicació establint un nou model econòmic, productiu i social que suposa l'aparició d'indústries, perfils professionals i models econòmics fins ara desconeguts.

Així, es presenten contínuament noves oportunitats que amplien les possibilitats comunicatives, tot i que a la vegada produeixen una fragmentació i una segmentació dels continguts. Esta nova escena comunicativa que implica un nou perfil d'usuari més actiu, a la vegada que una estructura productiva amb nous perfils professionals.

El valor de la digitalització, doncs, no sols recau en un context de reorganització integral de productes i continguts, sinó de les formes de treball i de la mateixa estructura empresarial, com s'intentarà en el present projecte de Treball Final de Grau, amb la pretensió d'obrir noves vies als mitjans de comunicació.

Qui sap si, també, els canvis poden afectar en l'àmbit periodístic per fugir de l'agenda política i un dia a dia informacional que cada vegada ve ordenat per les altes esferes i no pas per les necessitats de la gent del carrer. Els mitjans de comunicació tradicionals han fet l'intercanvi a les xarxes socials, no només com a una simple substitució, ni tan sols una transmutació com s'està volent entendre comunament. Com en tot procés, sorgeixen noves propietats que, en l'àmbit de la comunicació, es relacionen amb principis com la deslocalització, la imprevisió, la immediatesa o la interacció.

Tot plegat, per sortir del pessimisme sobre com pot ser el periodisme actual a conseqüència de l'impacte de les noves tecnologies aplicables als fenòmens de comunicació de masses, considerant les amenaces tant internes com externes, sobre la correcta evolució del periodisme, entre la professionalitat de professionals de la comunicació i de responsables i dirigents dels mitjans.

I és que, actualment, els mitjans de comunicació s'han enaltit davant les crisis econòmiques, polítiques i socials, i enfronten reptes com restablir les funcions de mediació, autoritat, credibilitat, objectivitat, informació i distribució. Així, el nou mitjà de comunicació transmèdia haurà de créixer en un marc de referència per a l'anàlisi i l'estudi de nous models d'informació, els quals es consoliden cada cop més com una alternativa a l'ecosistema mediàtic d'avui.

Tot plegat, emmirallat en la realitat social i cultural de Tortosa i les Terres de l'Ebre (territori del sud de Catalunya format per les comarques Baix Ebre, Montsià, Ribera d'Ebre i Terra Alta), la història d'espais tradicionals i els mitjans de comunicació de les Terres de l'Ebre.

Espais i cultura a Tortosa i les Terres de l'Ebre

Una cara de la moneda de l'entreteniment són els espais físics que ofereixen distracció en qualsevol de les seues variants. Més enllà dels teatres i els cinemes, amb els seus alts i baixos remarcats en època pandèmica (Polo, 2021), a les Terres de l'Ebre fa temps que no hi ha espais oberts al públic. L'últim intent va ser la "Nit de l'Humor" que es feia al "Clubzigrana" d'Amposta (Facebook, 2017), una mena de "Club de la Comèdia" sense retransmissió per televisió.

Històricament, però, a Tortosa hi ha hagut diferents espais d'entreteniment, com per exemple molts cinemes partint de diferents iniciatives (Otero, 2011), tot i que en l'actualitat no existeix cap espai destinat 100 % a esta finalitat al municipi, com sí a la veïna població de Roquetes. A més, tot i que en el seu moment Tortosa va tenir diverses sales de cinema i de teatre, actualment no existeix cap sala de cinema, només el teatre-auditori municipal, amb dues sales i el projecte d'ampliar a una més que l'Ajuntament de Tortosa ha pogut tirar endavant recentment (Ajuntament de Tortosa, 2022), tot i que hi projecta audiovisuals del "Cicle Gaudí" i "Docs del Mes" (Ajuntament de Tortosa).

Un altre projecte històric i que l'Ajuntament de Tortosa té previst recuperar, salvant les distàncies (Ràdio Tortosa, 2019), és un balneari que va aconseguir convertir-se en un centre amb hotel, casino, teatre i uns grans jardins, a més de comercialitzar la mateixa aigua amb una embotelladora (Favà, 2017). El Balneari d'en Porcar va arribar a ser un punt d'atracció de la gent més selecta fins que Primo de Rivera va prohibir el joc el 1923, inici del declivi de l'espai (Díaz, 2020).

Per una altra banda, el teixit associatiu tortosí, per posar un exemple, és molt ric, amb gairebé 200 entitats al terme municipal (Ajuntament de Tortosa, 2017), moltes d'elles amb la cultura com a eix vertebrador. Així i tot, la majoria treballen per a si mateixes i poques ofereixen la possibilitat que altres persones, especialment si no són del cercle dels i les membres, en puguen ser espectadors i espectadores.

Les principals entitats que surten al carrer, perquè és el seu ADN, són les que porten els gegants, nans i bèsties o les que acompanyen amb música folklòrica.

Això no impedeix que les altres no puguen o no tinguen res a explicar a la resta de la població.

Metodologia

Anàlisi de la competència

He dividit l'anàlisi en els dos vessants en les que treballa, ja que es tracta d'un espai sociocultural que, a la vegada, exercix de mitjà de comunicació per les seues característiques de difusió.

Per una banda, segons la Classificació Nacional d'Activitats Econòmiques (CNAE) es dona que el negoci es desenvolupa en l'àmbit de la informació i comunicació (J), qualsevol de les activitats de vídeo i programes de televisió (59) i portals web (6312). Per esta part, una part de l'anàlisi contempla els mitjans de comunicació, per una banda, hi ha una important base de mitjans privats per a indagar.

L'altre vessant analitza espais socioculturals, ja que s'escau més amb la regulació d'activitats culturals i altres serveis socials (8412) segons la Classificació Nacional d'Activitats Econòmiques (CNAE). Per això, en el segon, el pes fort se l'enduen els espais públics, tot i que he buscat en alguna empresa que lloga part del seu recinte.

Mitjans de comunicació

Històricament, a les Terres de l'Ebre hi ha hagut diverses propostes de televisió, tant pública com privada comptabilitzava 60 televisions locals a Catalunya, quatre a l'Ebre: "Tortosa Televisió", "TV Amposta", "Canal 21" de Roquetes i "Vídeo Ascó Televisió" (Cusachs, 1992).

Des de llavors, i amb el canvi a TDT, la televisió digital terrestre, la realitat audiovisual ha canviat per mantenir "Vídeo Ascó Televisió" i tres canals privats, "Canal 21 Ebre" (sense relació amb l'antic "Canal 21" de Roquetes segons explica "Il·lencavònia") i "Canal TE" (fruit de la fusió de l'antic "Canal TE" ubicat a Amposta i "L'Ebre Televisió" a Tortosa) amb el recentment estrenat "Esports TE" i que fa poc ha canviat a Canal TE 24, canal germà de Canal TE (ASTOROT, Il·lencavònia).

Tot això, paral·lelament a la incursió d'internet i l'exponent comunicacional que suposa, permetent als canals "tradicionals" obrir una nova finestra, a la vegada que ha ajudat al naixement de diverses plataformes informatives territorials exclusivament a la xarxa, com són "Surtdecasa" en l'àmbit cultural i d'oci, "Aguaita.cat" que forma part del conglomerat de "Nació" (abans Nació Digital), ambdós de caràcter plenament escrit, i "A prop" que afegeix contingut de pòdcast i audiovisual.

A més, altres diaris digitals que han sorgit de mitjans tradicionals (com ebredigital.cat, pertanyent inicialment al setmanari de premsa impresa "L'Ebre" i després al grup de mitjans de la televisió de "Canal TE") o s'han annexat a altres mitjans, com "Marfanta.com" (iniciat en solitari el 2005 i annexat al grup "Doble Columna" el 2011, que també gestiona la televisió territorial "Canal 21 Ebre" i el periòdic mensual imprès "Cop d'Ull") (Gustau Moreno, 2019).

Aquí, una base clau és l'avenç tecnològic, que permet posar càmeres a qualsevol lloc. Aquí, les ràdios han trobat una nova forma d'arribar a les i els oients, convertint-los en telespectador/es posant càmeres robotitzades als seus estudis, com feia fa vora un any Amposta Ràdio (Ajuntament d'Amposta, 2021).

Així, actualment existixen dos grans grups de comunicació privats i altres mitjans més petits:

- Doble Columna:
 - Marfanta.com (diari digital)
 - Canal 21 Ebre (televisió TDT i web)
 - 21 Ràdio (ràdio TDT i web)
 - Cop d'ull (mitjà imprès gratuït mensual)
- Ebre Digital
 - ebredigital.cat (diari digital)
 - Canal TE (televisió TDT i web)
 - Esports TE (televisió temàtica TDT i web)
 - Delta.cat (ràdio i plataforma web) cogestionat mitjançant UTE amb el Grup L'Ebre i que s'inclou a les emissions de Ràdio Enveja (Sant Jaume d'Enveja, Montsià) i CAM Ràdio (Camarles, Baix Ebre).
- Grup L'Ebre
 - Setmanari L'Ebre (mitjà imprès de pagament setmanal i web)
 - ebresports.cat (diari digital esportiu)
 - Imagina Ràdio (ràdio i web)
- Grup Més Ebre
 - Més Ebre (diari gratuït setmanal i web)
- Ràdio Ebre
 - Cadena SER Ebre
 - Cadena Dial
 - 40 Principals
- Associació Local de Ràdio Móra d'Ebre
 - Cadena SER Móra d'Ebre

A més, existixen el canal Vídeo Ascó Televisió, propietat de l'Ajuntament d'Ascó, els diaris digitals Aguaita.cat (vinculat a Nació) i A Prop Ebre (que potencia la part audiovisual), a més de 18 ràdios municipals:

- Baix Ebre
 - La Cala Ràdio (L'Ametlla de Mar)
 - CAM Ràdio, actualment vinculada a Delta.cat (Camarles)
 - Antena Aldaia (l'Aldea)
 - Delta.cat, antiga Ràdio Delta (Deltebre)
 - Antena Caro (Roquetes)
 - Ràdio Tortosa (Tortosa)
- Montsià
 - La Plana Ràdio (Santa Bàrbara)

- Ràdio Joventut (Masdenverge)
- Amposta Ràdio (Amposta)
- Ràdio Ràpita (la Ràpita)
- La Sénia Ràdio (la Sénia)
- Alcanar Ràdio (Alcanar)
- Enveja Ràdio, actualment vinculada a Delta.cat (Sant Jaume d'Enveja)
- Terra Alta
 - Ràdio Batea (Batea)
 - Ràdio Gandesa (Gandesa)
- Ribera d'Ebre
 - Ràdio Móra la Nova (Móra la Nova)
 - Ràdio Flix (Flix)
 - Tivissa Ràdio (Tivissa)

Per tant, vint-i-cinc mitjans de comunicació i el present i futur està clarament a internet, demostrant-ho els mitjans tradicionals que han fet el pas a les plataformes digitals i els que han nascut directament a la xarxa. Així, la idea de crear un espai físic que emete les seues activitats per les xarxes queda sostingut per l'evolució que han tingut els mitjans arreu i al territori.

Competidors	Web principal	Correu-e	Telèfon	Xarxes socials	Valor afegit	Productes estrella	Preus
Canal 21 Ebre	https://canal21ebre.com/	info@canal21ebre.cat	977 588 032	Facebook, Instagram, Twitter, YouTube	Diversificació de mitjans	Producció pròpia de continguts.	<i>Esperant resposta</i>
Canal TE	https://ebredigital.cat/	info@ebredigital.cat	977 443 699	Facebook, Instagram, Twitter, YouTube, Tik Tok	Programes informatius	Cobertura i emissió d'actes en directe per televisió i <i>streaming</i> .	900 € (2 càmeres) 1000 € (3 càmeres) 1200 € (4 càmeres)
A Prop Ebre	https://apropebre.cat/	info@apropebre.cat		Facebook, Instagram, Twitter, YouTube, Tik Tok	Mitjà pluridisciplinar amb notícies en text i podcast (butlletins d'aris), reportatges fotogràfics i entrevistes en vídeo.	Entrevistes en vídeo i reportatges.	Escrit 200 € Sessió fotogràfica 300 € Peça audiovisual 400 €
Teatre	https://www.t	cultura@	977 510	Facebook,	Diversos	Dos	75 a 625 €

Auditori Felip Pedrell	eatreauditoritortosa.cat/	tortosa.cat	535	Instagram, Twitter	espais diferents, amb camerinos i escenaris	teatres amb capacitat de 121 i 566 persones .	segons sala i categoria d'usuari
Museu de Tortosa	http://www.museudetortosa.cat	museudetortosa@tortosa.cat	977 510 146	Facebook, Instagram, Twitter	Edifici modernista amb diferents entitats	Aula didàctica de 100 persones.	75 a 265 segons categoria d'usuari
Fira de Tortosa	https://www.firatortosa.cat/	firatortosa@tortosa.cat	977 449 883	Facebook, Instagram, Twitter	Recineta firal de 6.500 m2 amb sales i espai exterior	<i>Sense resposta</i>	<i>Sense resposta</i>

Els mitjans a les xarxes socials

La presència dels mitjans de comunicació a les xarxes socials, com de qualsevol empresa i organisme, és clau per al seu seguiment més enllà de la reproducció lineal. Per això, he analitzat la presència d'alguns dels mitjans a les xarxes socials amb relació a la data de creació del perfils, i el nombre de seguidors/es i publicacions que tenen, en les xarxes que és possible saber-ho.

Mitjà	Facebook	Twitter	Instagram	YouTube	Tik Tok	Ús
Canal TE	23/09/15 26.000 seg.	05/08 9.528 seg.	23/05/16 7.152 seg.	23/01/14 7.460 seg. 31.000 vid	24/01/23 34 seg. 4 vid.	Compartir les notícies i programes, també de les publicacions del mitjà "germà" ebredigital.cat. Fotos i Reels "darrere els càmeres".
Canal 21 Ebre	13/05/15 14.000 seg.	11/11 7.631 seg.	16/11/12 3.584 seg.	12/11/11 6.480 seg. 37.000 vid	21/03/22 98 seg. 92 vid. (21 Ràdio)	Compartir enllaços de les notícies i programes. Vídeos a Tik Tok amb els titulars del dia.

A prop Ebre	06/01/21 1.200 seg.	01/21 1.013 seg.	08/01/21 2.347 seg.	03/02/21 173 seg. 134 vid.	15/02/21 338 seg. 21 vid.	Compartir enllaços a la web de notícies i reportatges, i fragments.
-------------	------------------------	---------------------	------------------------	----------------------------------	---------------------------------	--

Hi ha una relació entre l'antiguitat i el retorn a les xarxes socials, tot i que el contingut, especialment a les xarxes de vídeos curts com Instagram i Tik Tok, s'ha de mirar amb més atenció. Per tant, més enllà de la creació de continguts, la difusió per les xarxes és clau per a fer arribar les activitats al públic, més enllà del que assistirà presencialment com pel que el veurà en directe o diferit per internet que, a la vegada, pot fer efecte crida per a futures activitats.

Espais socioculturals

Tortosa, com a capital administrativa i ciutat amb més habitants de les Terres de l'Ebre, i del Baix Ebre, és un pol cultural i social amb moltes propostes, tant públiques com privades. Tot i que amb el pas dels anys ha perdut espais públics culturals i socials, encara ha pogut mantenir ser el centre dinamitzador de les comarques ebrenques, potenciat recentment sent la Capital de la Cultura Catalana 2021.

El Teatre Auditori Felip Pedrell acull la majoria d'activitats obertes al públic amb una programació durant tot l'any de teatre, concerts, ballet, presentacions, actes de les entitats del municipi i, també, cinema amb el Cicle Gaudí i Docs del Mes. Un altre recinte públic important en la dinamització sociocultural és la Biblioteca Marcel·lí Domingo amb exposicions, presentacions de llibres. Els centres cívics i culturals com el Casal Tortosí, el recentment estrenat Espai Joan Moreira i el Centre Cívic de Ferreries són alguns recintes polivalents que acullen nombroses activitats de les entitats i associacions locals. A més, els Jardins del Príncep acullen l'exposició d'escultures de Santiago de Santiago, però també activitats diverses. Finalment, el Museu de Tortosa, a més de la seua exposició permanent, ofereix una zona per a exposicions temporals, com també té l'Arxiu Comarcal del Baix Ebre, i esdevé escenari d'activitats socioculturals de molts tipus.

Per una altra banda, entitats privades ofereixen activitats obertes per a la participació de la ciutadania, com la llibreria La Irreal de Tortosa que acull nombroses presentacions de llibres, a més de tallers i altres activitats que la convertixen en un oasi de la cultura a Tortosa. El Taller d'Art Cinta Dalmau també és un local que obre les portes a totes les arts plàstiques i on es realitzen tota mena d'activitats culturals per a la divulgació de l'art i la cultura, a més d'esdevenir un punt de trobada per al debat creatiu. La Casa Bau acull els col·legis d'arquitectes i periodistes, dos entitats que també duen a terme moltes activitats, la majoria a la seua seu conjunta a l'històric edifici modernista. L'Hotel

SB Corona també disposa de dos sales per a activitats, tot i que més de caràcter privat i d'ús intern per a les empreses o entitats que les lloguen.

L'altra capital amb un gran dinamisme cultural i social és **Amposta**, al Montsià, amb l'auditori municipal del Pavelló Firal com a espai polivalent que acull molts actes i la Biblioteca Sebastià Juan Arbó que organitza moltes activitats literàries i culturals, a més d'un museu que s'ha convertit en el de referència del territori i que organitza o és l'escenari d'actes culturals i artístics. Aquí, un altre equipament públic és el centre d'art Lo Pati, dedicat a les expressions més actuals amb exposicions i cicles audiovisuals. El Casal d'Amposta també és un recinte polivalent que acull actes de tota índole.

Les dos històriques bandes de música d'Amposta, La Lira i la Unió Filharmònica, amb els seus respectius locals que, a més d'acollir els seus propis concerts, servixen per a oferir molts altres espectacles com teatre, circ, presentacions i concerts d'altres bandes. Amposta té un cas predecessor i semblant a La Irreal, La Romàntica, una altra llibreria que, a més de botiga de llibres, ofereix moltes activitats diverses al voltant de la literatura, l'art i la cultura en general. L'espai cultural Guaix és una altra llibreria que va més enllà i difon la cultura àmpliament. En l'àmbit privat, també existeix el Casino Recreatiu i Instructiu d'Amposta, reconegut recentment amb la Creu de Sant Jordi, també d'ús intern tot i que obre l'edifici a tots els públics algunes vegades per a exposicions o representacions de recreació històrica de la Festa del Mercat.

Més enllà de les dos ciutats més importants, els municipis de les Terres de l'Ebre han anat mantenint i potenciant la seua cultura i les entitats i associacions. També la Montsià, **la Ràpita** ha ampliat la seua oferta cultural gràcies a l'Auditori Municipal Sixto Mir, un equipament cultural polivalent que acull tota mena d'espectacles, teatre, dansa, música i audiovisuals amb el seu propi cicle Cineclub la Ràpita, el Cicle Gaudí, el festival VOC de curtmetratges d'Òmnium Cultural o el creat de poc Festival Internacional de Cinema i Cultures TRET. A més, la biblioteca municipal Sebastià Juan Arbó disposa dels típics serveis literaris i d'una sala polivalent per a fer presentacions multimèdia, cursos i altres activitats. L'Ajuntament també ha potenciat l'espai jove El Maset per a cohesionar este sector de la població amb una programació àmplia i variada d'activitats. L'Església Nova és un altre equipament destinat a usos culturals com exposicions, conferències i tallers. El Museu de la Mar de l'Ebre, adscrit al Museu Terres de l'Ebre (Amposta), ofereix les exposicions permanents, zona per a temporals i també acull nombroses activitats dinamitzadores de la cultura, tant a l'interior com a la gran esplanada exterior.

Tornant al Baix Ebre i en ple centre del delta, **Deltebre** ha creat en els últims anys llocs com la sala d'exposicions DeltArt, el Centre Fluvial del Delta i ha traslladat i ampliat la biblioteca; a més, el Consell Comarcal del Baix Ebre va crear el Centre d'Inspiració Turística Ebre Terra, que també ofereix espais per a la difusió del turisme, la gastronomia i altres activitats organitzades per l'ens.

Així, els municipis amb més habitants de les Terres de l'Ebre tenen una destacada programació sociocultural, a més que tots els pobles tenen les seues activitats amb major o menor potenciació. Per l'altra banda, exceptuant algunes activitats dels municipis més grans, la programació queda dirigida cap al públic local o de poblacions de l'entorn, amb poca o nul·la projecció territorial i, menys encara, més enllà de les Terres de l'Ebre.

A més a més, el grandíssim teixit associatiu no sempre té el reconeixement que mereix per falta de suport de les entitats públiques o la pèrdua d'interés o moviment dins les mateixes entitats, provocant un passotisme que es pot buscar contraprogramar des de fora gràcies a donar facilitats en un espai que permete la seua potenciació.

Per això, el projecte ha de potenciar la unitat territorial i cohesionar el teixit sociocultural de les quatre comarques de les Terres de l'Ebre, donar a conèixer el que es fa de punta a punta dins la divisió geogràfica, en les seues semblances i diferències.

Recerca qualitativa i quantitativa

Per a la recerca he escollit el tipus mixt, amb enquestes a la població en general del territori, i visquen o no, i algunes preguntes a persones involucrades des de qualsevol àmbit del sector cultural.

RECERCA QUANTITATIVA				
Enquesta				
Dates: 26/04/23 al 08/05/23 (13 dies) Enquestes realitzades: 51 Via: històries d'Instagram, Twitter, Contactes i grups personals de Whatsapp, correu electrònic.				
Edat				
15 a 25 anys 9 (17,6 %)	26 a 35 anys 20 (39,2 %)	36 a 45 anys 9 (17,6 %)	46 a 55 anys 7 (13,7 %)	56 a 65 anys 6 (11,8 %)
Gènere				
Dona: 32 (62,7%)	Home: 31,4 % (16)	Intersexual: 2 % (1)	No contesta: 3,9 % (2)	

Sexualitat				
Heterosexual: 36 (72 %)	Homosexual : 6 (12 %)	Bisexual: 3 (6 %)	Pansexual: 2 (4 %)	No contesta: 3 (6 %)
Ets de les Terres de l'Ebre?		Viu a les Terres de l'Ebre?		
Sí: 49	No: 2	Sí: 39 (76,5 %)	No: 12 (23,5 %)	

RECERCA QUALITATIVA			
Entrevistes			
Nom	Contacte	Resposta	Entrevista
Victòria Almuni Balada , directora territorial de cultura a les Terres de l'Ebre.	Prensa delegació del Govern TE	Sí	04/04/2023 17:30 h Presencial
Albert Curto Homedes , Arxiu Comarcal del Baix Ebre.	Correu-e	Sí	15/04/2023 18 h Presencial
Josep Baubí Lasierra , president del Col·legi de Periodistes de Catalunya Demarcació Terres de l'Ebre	Whatsapp	Sí	05/05/2023 11 h Telèfon
Sisco Besalduch , cap d'estudis de l'Institut de l'Ebre	Correu-e	Sí	15/05/2023 10 h Presencial
Neus Barberà Homedes , directora de Surtdeca, mitjà de comunicació cultural, i coimpulsora de L'Al·licient, l'associació de professionals de la comunicació de les Terres de l'Ebre.	Whatsapp	Sí	08/05/2023 16.30 h Presencial
Associació d'Empreses de les Comarques de l'Ebre, AECE	Correu-e	Sí	Correu
Institut Despuig	Correu-e	No	
Institut Dertosa	Correu-e	No	

Recerca quantitativa, enquesta

El públic de les enquestes és aquell amb més o menys afinitat a les activitats culturals i socials, extensible a qualsevol mena d'usuari per a identificar noves necessitats en este àmbit. El grup de les enquestes qualitatives també pot contestar a les enquestes, donat que són part del col·lectiu usuari de la cultura del territori.

A través d'una enquesta per internet es pot arribar a este públic potencial per a obtenir una gran quantitat d'informació sobre diferents aspectes relacionats amb els espais i activitats socioculturals de les Terres de l'Ebre. Amb ella, es pot conèixer:

- **Característiques demogràfiques:** informació útil de la gent participant com ara l'edat, sexe, gènere, origen, on es viu, etc. per comprendre millor les respostes participants i l'efecte que estes variables poden tenir en les respostes a les altres preguntes de l'enquesta.
- **Opinions i actituds:** preguntes que permeten expressar les opinions i actituds el tema, podent proporcionar informació sobre els interessos, tendències i actituds.
- **Comportament:** es podrien incloure preguntes sobre els hàbits entorn de les activitats socioculturals, el seu consum, etc. Esta informació pot ser útil per identificar patrons i tendències en el comportament de la gent participant.
- **Preferències i experiències:** l'enquesta pot permetre expressar les preferències i experiències relacionades amb la participació en activitats socioculturals.

L'enquesta és la següent:

Dades bàsiques per establir el públic objectiu:

- Quina edat tens?
- Identitat de gènere?
- Sexualitat?
- De quin municipi ets?
- Vius a les Terres de l'Ebre?

Anàlisi dels espais socioculturals actuals:

- Quin és el teu grau de satisfacció amb els espais culturals i socials (teatres, centres cívics, etc.) del teu entorn?
- En què creus que fallen o què falta als existents?
- Com t'assabentes de les activitats que es fan?
- Creus que els espais culturals i socials de les Terres de l'Ebre aprofiten prou les noves eines que ofereix internet?

Anàlisi dels mitjans de comunicació:

- Consumixes els mitjans de comunicació del territori (ràdio, televisió, premsa escrita impresa o digital)? Quins?
- Si en consumixes, de quina forma?

Tempteig d'un espai híbrid:

- Si no poguesses anar a un esdeveniment cultural que t'interessés molt i es reproduís per internet, el veuries?
- Quines activitats t'agradaria que fessen a un local que oferís assistir activitats culturals que alhora s'emetessen per *streaming* (concert, tallers, debats, presentacions...)? Pots fer propostes generals o concretes (un cicle de concerts de piano, un Club de la Comèdia, etc.)

Propostes de tipus de tarifes:

- Pagaries per veure algunes de les activitats culturals que s'oferissen per *streaming*?
- Quin/s servei/s utilitzes o utilitzaries per a veure un acte d'estos, íntegre en directe?
- I gravat?
- Participaries en estes activitats, ja sigue presencialment o per internet a través dels xats que oferixen les mateixes plataformes?
- Pagaries una tarifa plana per accedir a tota la programació d'esdeveniments d'un local cultural, amb possibilitat de seguir-los presencialment o per internet?
- La "taquilla inversa" et permet pagar després de veure l'acte per a donar la quantia econòmica que consideres justa. S'utilitza en alguns actes culturals com representacions teatrals i en *free tours*. Alguna vegada has pagat en este mètode?
- Com valores la taquilla inversa per a pagar esta mena d'activitats?
- Quin mètode preferixes, indiferentment si vas presencialment o el veus per internet?

Gràcies a l'enquesta he conegut els interessos socioculturals de la gent nascuda i/o viu a les Terres de l'Ebre, la seua relació amb els mitjans de comunicació per a conèixer i seguir les activitats, les possibilitats pel que fa a activitats i les actituds davant les diferents formes de pagament.

Resultat de l'enquesta

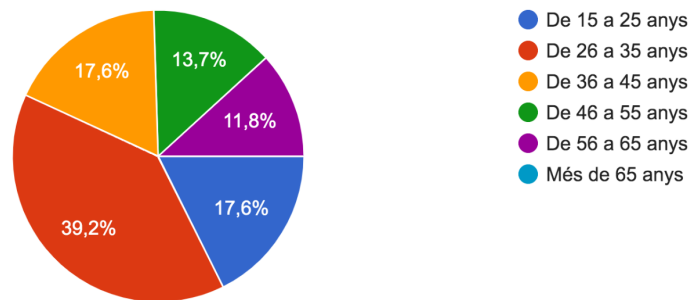
La totalitat de la informació del resultat de l'enquesta es pot ampliar a l'**annex 1**, tot i que a continuació destaco les dades més rellevants.

Dades bàsiques

Les principals dades extretes mostren interès del sector jove, principalment d'entre 26 i 35 anys, pel sector sociocultural, tot i que el més jove, 15 a 25, i el de 36 a 46 també mostra interès. **Així, les activitats socioculturals mouen una part prou àmplia de la societat i, entre ella, la que més relació té amb les noves tecnologies i les xarxes socials que potencia el meu projecte.**

Quina edat tens?

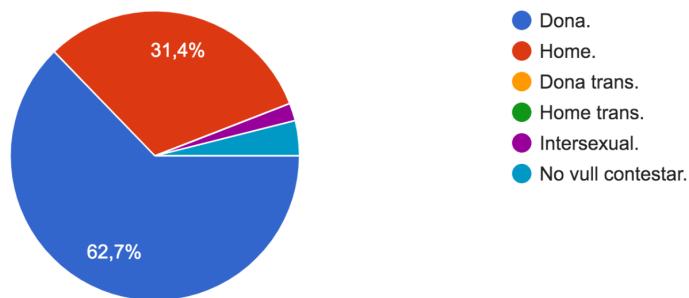
51 respostes



Majoritàriament, el gènere de les persones que han contestat les enquestes són dones, **per la qual cosa és un sector que mostra més sensibilitat per a les activitats que tindrà l'espai del meu projecte.**

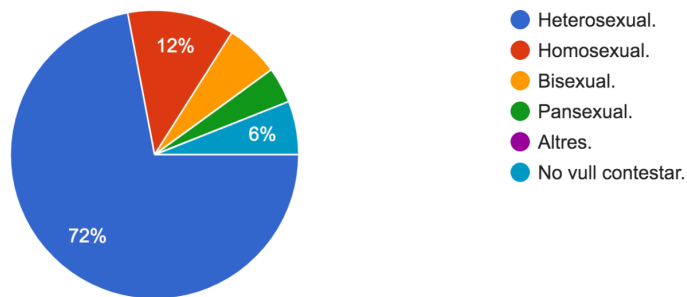
Identitat de gènere?

51 respostes



I una part encara més àmplia es considera heterosexual, tot i que hi ha més d'un terç d'altres sexualitat, **col·lectiu a tenir en compte per a oferir un lloc segur i amb perspectiva LGTBIQ+.**

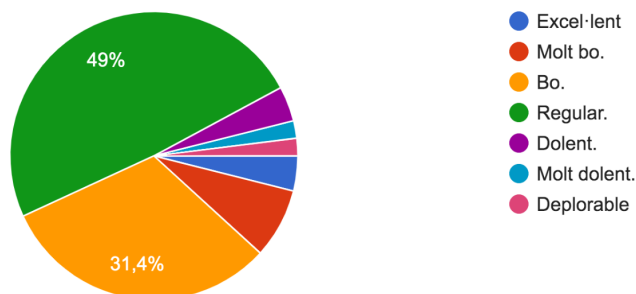
Sexualitat?
50 respostes



Consum dels espais socioculturals actuals

Hi ha disparitat en la satisfacció dels espais actuals, amb la meitat consideren que és regular, mentre que l'altra meitat està polaritzada.

Quin és el teu grau de satisfacció amb els espais culturals i socials (teatres, centres cívics, etc.) de les Terres de l'Ebre?
51 respostes



Les respostes negatives passen perquè hi ha pocs espais, no interessa el que s'hi fa o un considerable que no van bé els horaris, ja que és un factor a solucionar amb el projecte que presento. Pocs casos d'alta satisfacció.

Així que la nova proposta ha de suplir estes mancances, partint de l'opció d'internet que permetrà veure-ho a qualsevol moment i no haver d'estar subjecte a l'horari en què es fa l'activitat.

En què creus que fallen o què falta als existents?

52 respostes

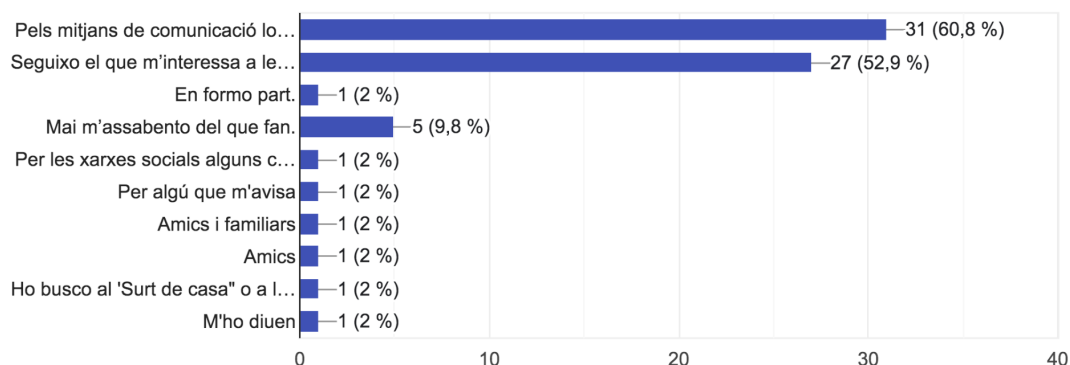


Coneixement de les activitats socioculturals

Els mitjans de comunicació i les xarxes socials juguen un paper molt important en la descoberta de les activitats, **així que cal potenciar internet i les xarxes socials pròpies per a donar a conèixer les activitats, tot i que recórrer als altres mitjans pot ajudar a donar impuls, especialment al principi de l'obertura.**

Com t'assabentes de les activitats que es fan?

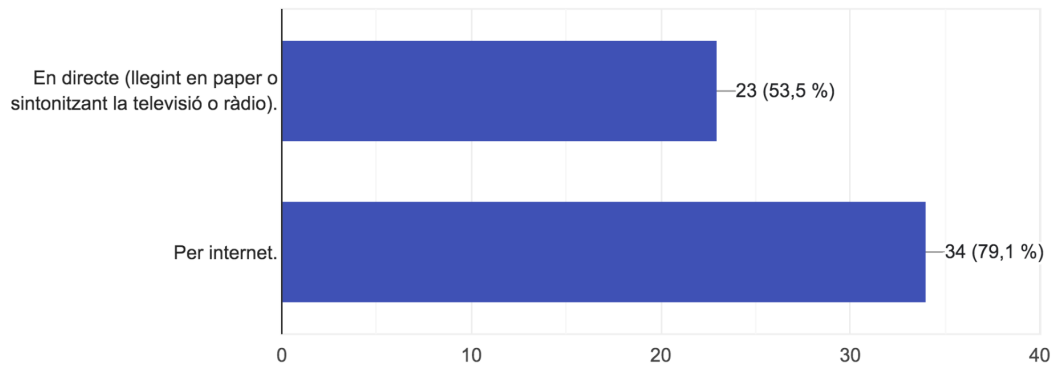
51 respostes



Sobre el consum d'estos mitjans, majoritàriament es fa per internet, tot i que el pes de l'emissió lineal o la premsa escrita en paper encara és notable, **demostrant la via cibernètica com a explotable per a donar a conèixer les activitats de l'espai projectat, tot i que es podria estudiar altres formes de donar a conèixer les activitats a través dels altres mitjans de comunicació.**

Si en consumixes, de quina forma?

43 respostes

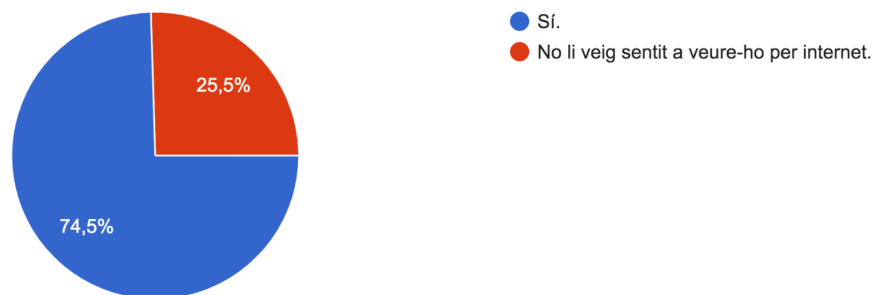


Interés per la idea del projecte

Entrant a les preguntes més directes sobre el projecte d'un espai sociocultural híbrid, el paper d'internet es contempla molt positivament com a opció per resoldre la impossibilitat d'assistir presencialment, **donant més valor a la idea original del projecte.**

Si no poguesses anar a un esdeveniment cultural que t'interessés molt i es reproduís per internet, el veuries?

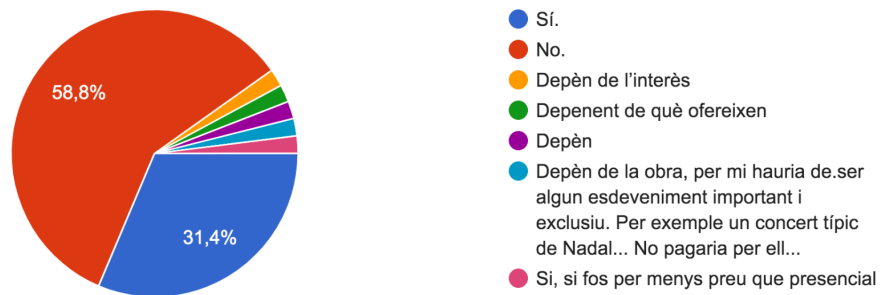
51 respostes



Per contra, la forma de pagar per estes visualitzacions no sembla formar part de la majoria de gent enquestada, tot i que un percentatge prou alt sí ho faria. **Així, s'ha d'estudiar bé a forma d'ingressos i buscar una alternativa per a les visualitzacions per internet.**

Pagaries per a veure algunes de les activitats culturals que s'oferissin per streaming?

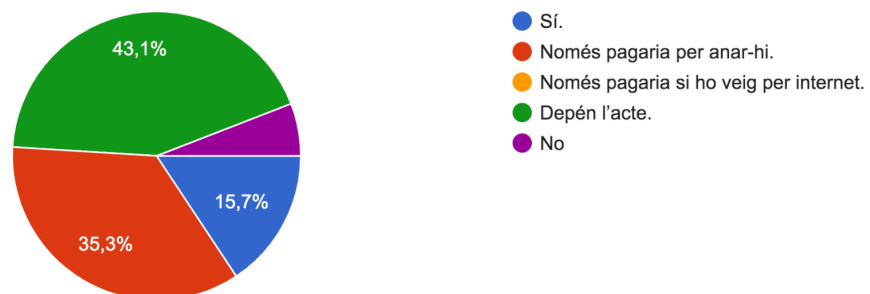
51 respostes



A més, l'opció de la tarifa plana convenç a un alt percentatge, sobretot de gent per anar de forma presencial, però **la programació seria clau per a persuadir a gairebé la totalitat de la gent enquestada.**

Pagaries una tarifa plana per a accedir a tota la programació d'esdeveniments d'un local cultural, amb possibilitat de seguir-los presencialment o per internet?

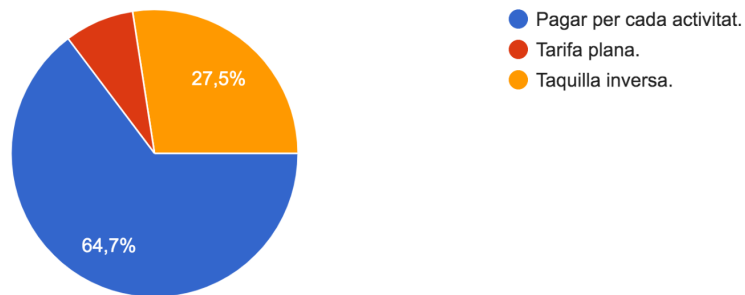
51 respostes



L'opció de taquilla inversa agrada molt i la majoria de respostes la veuen positiva, tot i que algunes demostren poca confiança en la gent a l'hora de pagar o fer-ho de forma adequada. Així i tot, **el sistema tradicional de pagar una quantitat fixa per cada activitat guanya per golejada a les altres opcions, tot i que la taquilla inversa podria ser contemplable en algunes actuacions.**

Quin mètode preferixes, indiferentment si vas presencialment o el veus per internet?

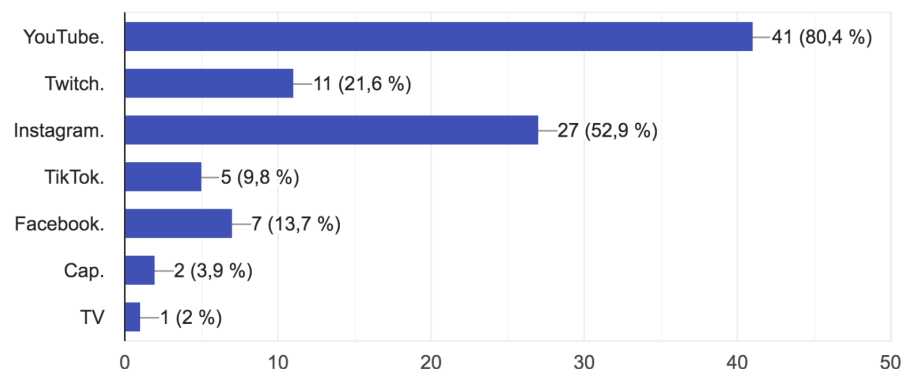
51 respostes



A partir d'aquí, més enllà de la forma de subsistir econòmicament, per tal d'arribar al públic d'internet, YouTube és la màxima aposta, seguida per Instagram i Twitch, tant per al seguiment en directe com el revisionat. **Les dos primeres plataformes hauran de ser les màximes prioritats, havent d'analitzar la retribucions de visions a YouTube i contemplats les possibilitats de Twitch.**

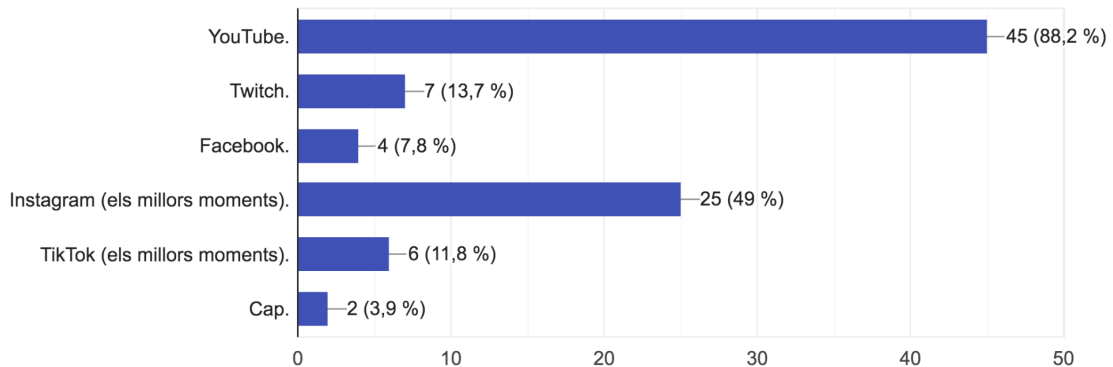
Quin/s servei/s utilitzes o utilitzaries per a veure un acte d'estos, íntegre en directe per internet?

51 respostes



I gravat?

51 respostes



Finalment, les activitats proposades per a nodrir l'espai són molt variades, amb concerts, teatre, musicals, òpera, monòlegs i humor, activitats participatives, tallers i cursos, conferències, seminaris, debats, exposicions, cinema, intercanvis culturals, presentacions, etc. **Així que sembla que qualsevol activitat serà ben rebuda pel públic, havent de començar amb una programació variada i anar potenciant aquella més ben rebuda.**

Quines activitats t'agradaria que fessen a un local que oferís assistir activitats culturals que alhora s'emetessen per *streaming* (concert, tallers, debats, presentacions...)? Pots fer propostes generals o concretes (un cicle de concerts de piano, un Club de la Comèdia, etc.)

52 respostes

Concerts
Concerts de tota mena, trobades per a veure Eurovisió, Debats, xerrades, tallers...
Club de la Comèdia
Musica en directe , cinem
Concerts, debats, entrevistes per a conèixer la gent i l'activitat de les Terres
Teatre
Videojocs
concerts, tallers, musicals
Tallers, espectacles d'humor, xerrades...

Per tant, a partir de les respostes de l'enquesta, el projecte té cabuda. Planteja un èxit assegurat per la doble possibilitat de participació, presencial

i virtual. El finançament pot ser irregular per la cultura de la gratuïtat per internet tan arrelada al nostre país, havent de plantejar els ingressos de les plataformes i l'extra a través d'empreses per equilibrar la balança.

Recerca qualitativa, entrevistes

Les entrevistes es dividixen en el col·lectiu que oferix activitats socials i culturals com a protagonistes, siguen del món acadèmic, de la música, el teatre, o qualsevol altre àmbit, a més del sector periodístic per potenciar el vessant més informatiu de l'espai. Per l'altra banda, l'altra cara dels esdeveniments com són qui organitzen i disposen dels espais, generalment públics, com regidors/es de cultura.

Victòria Almuni Balada, directora territorial de cultura a les Terres de l'Ebre.

1. Quina és la salut general de la cultura a les Terres de l'Ebre?
2. Hi ha prou espais que dinamitzen la riquesa cultural i social del territori?
3. Pel que fa als mitjans de comunicació de proximitat, reflectixen adequadament les aptituds de la cultura del territori?
4. I a internet es promou prou la cultura del territori?
5. Tindria cabuda un espai cultural obert a les entitats culturals, socials i de qualsevol classe que oferís les seues activitats a un públic presencial i també per internet?
6. Com a entitat pública, tindríeu interès a fer ús d'este local preparat per a emetre en *streaming* per a realitzar esdeveniments i activitats lligades a la cultura (presentacions, col·loquis, etc.)?
7. Podríeu tenir interès a col·laborar amb el projecte subvencionant l'ús d'este espai per a entitats i associacions de les Terres de l'Ebre?
8. Podríeu tenir interès a donar vida a un local de la vostra propietat, actualment en desús, per a acollir este projecte cultural?

Entrevista a altres càrrecs del sector cultural.

1. En quina situació està l'activitat sociocultural del teu municipi?
2. Són suficients els centres o espais culturals existents per a encabir i potenciar el teixit del municipi?
3. Com doneu a conèixer les activitats que es fan?
4. Els mitjans de comunicació de proximitat tracten adequadament la cultura del municipi?
5. La cultura ebrenc a té prou presència a internet?
6. Creus que un espai obert a les entitats de qualsevol mena que oferís les seues activitats a un públic presencial i també per internet les ajudaria a donar-se a conèixer i a fer-les valdre?

Albert Curto Homedes, Arxiu Comarcal del Baix Ebre.

1. A trets generals, quina ha sigut l'evolució i involució dels espais i centres culturals i socials de les Terres de l'Ebre?

2. Per comarques o capitals, hi ha hagut canvis de “poder” en la dinamització cultural i social?
3. Quin ha sigut el paper dels privats en este dinamisme?
4. Què hi ha dels valors darrere d'estos espais, fossen públics o privats?
5. Estos valors es mantenen en els espais actuals?
6. Valdria la pena recuperar l'essència d'algun d'estos espais històrics? Quins d'ells?
7. Els mitjans de comunicació territorials ajuden prou a donar a conèixer les entitats i la cultura del territori?
8. Consideres que hi ha algun mitjà de comunicació històric que abanderés la cultura i la societat municipal o de les Terres de l'Ebre?
9. L'arxiu té vincle directe amb els mitjans per a resguardar el seu material?
10. Tindria cabuda un espai cultural obert a les entitats culturals, socials i de qualsevol mena que oferís les seues activitats a un públic presencial i també per internet?
11. Algun mitjà de comunicació o centre cultural, cívic, social, etc. històric podria recuperar-se per a abanderar en l'actualitat la cultura i la societat tortosina i de les Terres de l'Ebre? Quin?

Entrevista a personal de centres educatius (direcció, caps d'estudis o de departaments).

1. Disposeu d'una sala d'actes adequada per a les activitats del centre?
2. Feu activitats que podrien ser d'interés a fora el centre, com familiars d'alumnes, altres centres educatius o el públic general?
3. Valoraríeu la possibilitat de pagar per disposar d'un local preparat per a retransmetre per *streaming* estes activitats en obert o a qui vos interessés?
4. Participaríeu o coorganitzaríeu trobades escolars amb el local?
5. Entrevista a entitats com:
6. Demarcació Terres de l'Ebre del Col·legi de Periodistes de Catalunya.
7. Associació de Professionals de la Comunicació de les Terres de l'Ebre (L'Al·licient).
8. Associació d'Empresaris de les Comarques de l'Ebre (AECE).
9. Teniu un espai adequat per a actes amb públic nombrós?
10. Feu activitats que podrien ser d'interés a fora la seu, com a associats que no poden assistir, altres demarcacions o el públic en general?
11. Pagaríeu per disposar d'un local preparat per a retransmetre per *streaming* estes activitats a tothom o a qui considereu mitjançant invitació?

Resultat de les entrevistes

La transcripció de les es pot ampliar a l'**annex 2**, tot i que a continuació destaco les dades més rellevants.

Totes les persones enquestades veuen amb bons ulls disposar d'un nou espai sociocultural. Les possibilitats que l'espai projectat oferix per internet és un afegit que es veu de forma molt atractiva. També destaca especialment si pot crear una programació territorial que pugue millorar la cohesió i el sentiment de les Terres de l'Ebre.

En el cas de les entitats vinculades a l'administració, la delegació de Cultura, instituts i l'Arxiu Comarcal, podrien ser socis col·laboradors importants, però dependre d'administracions superiors pot fer més complexa esta sinergia.

Pel que fa a altres entitats, s'obren completament a la participació i a treballar al nou espai ofert, fins i tot des dels instituts, sempre que puguen fer cabre les activitats dins el pla docent aprovat pel Departament d'Ensenyament.

D'acord amb l'anàlisi feta, tant els mitjans de comunicació com els espais socioculturals mantenen la perspectiva original i separada. Només en ocasions puntuals es televisen i s'emet en temps real per internet, això sí que sembla que ja va de bracet, certes activitats segons la demanda del client. Això suposa traslladar un equip de professionals i material tècnic, amb el respectiu muntatge, realització i desmuntatge, per a cada servei.

Per una banda, a més, els mitjans de comunicació no aprofiten tenir públic presencial, exceptuant dates assenyalades de sortir i fer la programació al carrer com Sant Jordi o fires. Mentrestant, els espais culturals i negocis amb lloguer de sales no tenen un servei que expose a internet, públicament o privadament, les activitats que desenvolupen. Aquí hi ha un interessant nínxol de mercat a explorar i explotar.

Per part de les entitats que podrien aprofitar l'espai en la seua plenitud, totes s'hi mostren obertes a participar per a crear una programació rica en activitats socioculturals i poder-les oferir al públic, tant de forma presencial com per internet. El Departament de Cultura pot ser un gran aliat per a arribar a les quatre comarques i ajudar a creure en el projecte de cohesió territorial, més enllà de la ubicació fixa de l'espai.

A partir d'aquí, la programació estable podria incloure activitats de tota mena, ja siguen passives com obres de teatre, concerts, sessions de monòlegs o conferències, com actives amb tallers, debats, cursos, etc. Això permet obrir-se a tota la població indistintament dels interessos, podent arribar a qualsevol d'ells gràcies a les moltíssimes iniciatives que hi ha a les Terres de l'Ebre i utilitzant el nou espai com a ròtula entre totes elles.

Així i tot, la forma de cobrir els costos únicament amb el preu de les entrades pot ser insuficient, tot i que es pot contemplar afegir, amb una programació estable atractiva, l'opció de l'abonament, tarifa plana o l'associat. Agafant el referent dels clàssics espais de trobada de poble, siguen centres culturals, espais cívics o altres

noms que han tingut al llarg dels anys, incloure-hi servei de bar ajudaria a tenir un públic durant tot el dia, abans i després de les activitats.

Anàlisi de resultats connectada amb el projecte

Després de tot, corroboro la cabuda d'un espai sociocultural híbrid que potencie les activitats amb assistència presencial i per internet, sent clau les xarxes socials audiovisuals. **YouTube** servirà per a l'emissió en directe i guardar la gravació íntegra, mentre que **Instagram** servirà per a la difusió posterior amb talls dels millors moments mitjançant *Reels*, captures en directe i compartició de les històries i recull de fotografies per al *feed*. Serà valorable emetre en directe, també, per **Twitch** per al públic més jove i per les possibilitats de subscripció de pagament. Així i tot, no descartaria **Facebook** per a atraure a un públic més ampli i d'edat més avançada que encara té esta xarxa social com a principal.

La **pàgina web** centralitzarà tot el contingut del directe, tant de la difusió prèvia amb articles a l'agenda d'activitats, els mateixos vídeos dels directes incrustats i l'anàlisi posterior d'aquelles activitats que ho requereixen. Pel que fa a **activitats privades**, s'habilitarà un espai perquè la gent participant pugue accedir.

A partir de l'**agenda d'activitats** s'haurà de programar la difusió per les xarxes socials, per tal de donar a conèixer tot el que s'hi fa, organitzat per tipologia i destacant les dos possibilitats de participació, presencialment i per internet.

Els **ingressos** hauran de vindre, principalment, del sector públic amb les col·laboracions i del privat per la difusió, a porta tanca o obertament, de les seues activitats, i per això serà necessari elaborar un catàleg de preus.

En segon terme, les activitats amb les quals es pugue cobrar entrada, podent utilitzar entrada única per a l'activitat o abonament per a tota la temporada. El preu s'haurà de pactar amb cada "client" per establir si repartir-se el percentatge de recaptació o si pagar una quantitat fixa i la col·lecta anar íntegrament per a l'espai.

Després, es pot incloure els **ingressos de YouTube i Twitch** d'acord amb les polítiques respectives. Un altre ingrés extra es pot donar amb el servei de bar, molt adequat per a quan no hi ha activitats i, fins i tot, acompanyant a algunes d'elles.

Anàlisi DAFO

Debilitats	Amenaces
------------	----------

<ul style="list-style-type: none">● Complexitat tecnològica.● Cost de la inversió inicial.● Dificultat per a tenir i mantenir ingressos.● Arribar a la gent perquè participe, tant presencialment com per internet.	<ul style="list-style-type: none">● Falta d'interés per part de les entitats.● Falta d'interés del públic.● Saturació de mitjans de comunicació territorials.● Molta oferta cultural.● Problemes tècnics amb els aparells o la connexió a internet.● Oferta a oferir.
Fortaleses	Oportunitats
<ul style="list-style-type: none">● Nou mitjà de comunicació● Nou espai públic.● Innovació del format.● Continguts i duració il·limitats.● Menys despesa en infraestructura.● Convergència de mitjans.● Desenvolupament i aprofitament transmèdia.	<ul style="list-style-type: none">● Suplir la bretxa digital per la presencialitat del producte.● Oferir un servei únic.● Altaveu per a entitats, associacions, empreses.● Dinamització de la ciutat i el territori.● Atractiu social.● Creació d'espai de debat i pensament crític.● Interconnexió entre entitats i amb el públic.

L'empresa

Model de negoci Canvas

<ul style="list-style-type: none"> • Col·laboració amb entitats i organitzacions que treballen en àmbits socials i culturals per a esdeveniments conjunts, compartint recursos i coneixements. • Col·laboració amb artistes i professionals creatius: establir relacions amb artistes, músics, actors i altres professionals creatius per a la realització d'espectacles, exposicions i tallers. 	<ul style="list-style-type: none"> • Gestió de l'espai i coordinació de l'ús de les instal·lacions per part dels clients. • Organització d'esdeveniments i activitats culturals i socials. • Col·laboració amb altres entitats per a esdeveniments conjunts i projectes socials. 	<ul style="list-style-type: none"> • Espai multifuncional flexible per a reunions, presentacions, tallers, concerts, exposicions, etc. • Recursos i equipament tècnic adequat per a diferents tipus d'activitats. • Suport per a la planificació i organització d'activitats. • Xarxa i oportunitats de col·laboració amb altres entitats i professionals del sector. 	<ul style="list-style-type: none"> • Mantenir una comunicació oberta i fluida amb els clients per comprendre les seues necessitats i expectatives. • Establir relacions a llarg termini amb les entitats, artistes, centres docents i empreses per a col·laboracions recurrents. 	<ul style="list-style-type: none"> • Organitzacions i entitats sense ànim de lucre de l'àmbit social i cultural. • Escoles de música i teatre. • Artistes, músics i actors i grups amateurs i independents. • Comunitats locals interessades en activitats culturals i socials. • Empreses socialment responsables interessades en el suport a esdeveniments i activitats comunitàries.
<ul style="list-style-type: none"> • Patrocinadors i col·laboradors empresarials: establir acords amb empreses socialment responsables i marques interessades en suportar esdeveniments i activitats comunitàries, ja sigui mitjançant 	<ul style="list-style-type: none"> • Espai físic equipat amb la infraestructura necessària per a diferents tipus d'actes i l'emissió per internet. • Pàgina web per a la difusió de les activitats tant de forma prèvia, durant i a posterior d'esta. • Xarxes socials 		<ul style="list-style-type: none"> • Presència web i en xarxes socials per a promoure l'espai i els esdeveniments. • Xarxes i contactes per aconseguir clients i col·laboracions. 	<ul style="list-style-type: none"> • Centres acadèmics (escoles i instituts). • Públic.

<p>patrocini financer o en forma de suport logístic.</p> <ul style="list-style-type: none"> • Xarxa de contactes professionals: establir connexions amb altres espais culturals, institucions educatives, mitjans de comunicació i altres actors clau en el sector per a col·laboracions, promoció conjunta i intercanvi d'oportunitats. 	<p>per a la difusió de les activitats.</p>		<p>Col·laboració amb altres entitats per a promocionar activitats conjuntes.</p>	
<ul style="list-style-type: none"> • Despeses de funcionament: lloguer o hipoteca de l'espai, despeses de serveis públics (electricitat, aigua, internet), manteniment i neteja. • Personal: salaris i beneficis per al personal administratiu, tècnic i de suport. • Màrqueting i promoció: despeses en publicitat, creació de continguts, disseny gràfic, presència en xarxes socials i altres estratègies de promoció. • Equipament i tecnologia: inversió inicial en equipament audiovisual, equips de so, llums, mobiliari, programari i altres tecnologies relacionades amb l'espai i les activitats. • Despeses legals i administratives: impostos, assegurances, llicències i altres tràmits legals necessaris per a l'operació de l'espai. 		<ul style="list-style-type: none"> • Lloguer d'espai: Tarifes competitives per a l'ús de les instal·lacions per part de les organitzacions, artistes i empreses. • Patrocini i col·laboracions: Aliances amb empreses i marques que vulguen donar suport a esdeveniments i activitats. • Vendes de tiquets: Organització de concerts, presentacions i altres esdeveniments oberts al públic amb venda d'entrades. • Serveis addicionals: Oferta de serveis de càtering, equipament tècnic, serveis de producció i promoció per als esdeveniments. • Pagament de YouTube (AdSense). 		

Logotip i nom de l'empresa

Nom

“Xalar” és sinònim de gaudir, un mot molt usat a les Terres de l'Ebre per davant de cap altre anàleg. El diccionari de l'Institut dels Estudis Catalans ho definix com “esbargir-se alegrement” i això és el que vol este espai híbrid: ser un lloc per a desconnectar i passar-ho bé en qualsevol de les seues activitats, fins i tot les més serioses com xerrades, debats o activitats empresarials, perquè treballar no ha de ser avorrit.

Així, en una sola paraula s'exponencien els dos principals elements del projecte: l'ús de l'espai i també el seu origen, dos termes que clarifiquen la funció. Així i tot, no és una paraula que només s'utilitze a les Terres de l'Ebre, així que també demostra que les singularitats del territori no són úniques, i per això es poden exportar arreu del món, una altra de les intencions del projecte: arribar a la gent ebrenc que està fora o la gent de fora que té interès en les Terres de l'Ebre.

Logotip

The logo consists of the word 'Xalar!' written in a bold, red, cursive script font. The letters are thick and rounded, with a black drop shadow effect behind them, giving it a three-dimensional appearance. The exclamation mark is also in the same style and color.

El **logotip** és simple i cridaner. Amb el nom i un signe d'exclamació, crida a mantindre la senya d'identitat i a fer cas al mateix, una crida a passar-ho bé, aprendre, dialogar i tot el que es preste, sempre amb esta xalera que ens desperta la ment.

La **tipografia principal** és d'estil retro i alegre amb moltes corbes, Genty, que exposa la voluntat de trencar fronteres cronològiques. La **tipografia secundària** és la Jorick, també d'estil retro, però amb línies més rectes per a contrastar amb la principal.

Genty

A B C D E F G H I J K L M N O P Q R S T U V W X Y Z
a b c d e f g h i j k l m n o p q r s t u v w x y z
0123456789 !"·\$%&/()=?

Jorick

A B C D E F G H I J K L M N O P Q R S T U V W X Y Z
a b c d e f g h i j k l m n o p q r s t u v w x y z
0123456789 !"·\$%&/()=?

Tot això acompanyat d'un **color principal** càlid i terrós en referència a una de les bases de l'economia del territori com és l'agricultura amb el fang que fa créixer l'arròs, la terra on es cultiva la cirera, els cítrics o les oliveres. En un to *pastel* que convertix tota esta tradició en modernitat, en l'actualització als nous temps que és l'eix principal d'este espai sociocultural.

Els **colors secundaris** complementen el to terra amb un altre d'una altra tonalitat i més brillant per a destacar els elements, mentre que l'altre color blau que simbolitza un altre element important del territori, l'aigua, del riu Ebre i del mar Mediterrani. Finalment, un **color terciari** ocre per a complementar els altres colors, més foscos, i jugar amb les aplicacions en negatiu.

Terra fang #CB4F4F RGB 203, 79, 79 CMYK 0%, 61%, 61%, 20%	Terra brillant #CB4F4F RGB 184, 137, 23 CMYK 0%, 26%, 88%, 28%	Blau aigua #CB4F4F RGB 58, 87, 120 CMYK 52%, 27%, 0%, 53%	Ocre #FDECCF RGB 253, 236, 207 CMYK 0%, 7%, 18%, 1%
---	--	---	---

Altres elements de la marca

Primerament, el logotip es pot adjuntar amb una marca més global i completa per a explicar més de què es tracta, amb la capçalera d'"espai" i l'**eslògan** "aquí o allà, ara toca... Xalar!" amb una clara al·lusió que el lloc no és un problema i que pots fer-ho al local o des d'allà on vulgues.



Els colors combinen entre ells, juguen a l'estil retroactual i permeten complementar-se en negatiu amb el color terciari, l'ocre.



Missió, visió i valors

Missió

Fomentar i promoure l'expressió cultural, la cohesió social i el canvi positiu a través d'un espai sociocultural inclusiu. Busquem crear oportunitats perquè les comunitats participen activament en activitats culturals, artístiques i socials, fomentant la creativitat, la diversitat i el diàleg constructiu.

Visió

Ser un referent comunitari reconegut per la seua contribució al desenvolupament cultural, social i artístic. Volem ser reconeguts com un espai que connecta persones, promou la inclusió i ofereix experiències enriquidores que inspiren el canvi social positiu i el benestar de la comunitat.

Valors

Treballem per construir una comunitat cohesionada, fomentant la participació i el diàleg entre els membres de la comunitat. Cerquem col·laboracions amb altres entitats i organitzacions per a impulsar el benestar i el progrés social conjunt. Creiem en la participació i el respecte a totes les persones, independentment de la seua edat, gènere, raça, religió o condició social. Promovem un espai obert, acollidor i sense discriminació.

Fomentem la creativitat i l'expressió artística com a mitjà per a la transformació personal i social. Donem suport a la diversitat de formes artístiques i enfortim la veu i la perspectiva de cada individu. Busquem potenciar l'empoderament de les persones i les comunitats, fomentant la seua participació activa, la seua autoestima i el seu sentit de pertinença. Volem crear oportunitats perquè tothom pugue créixer i desenvolupar el seu potencial.

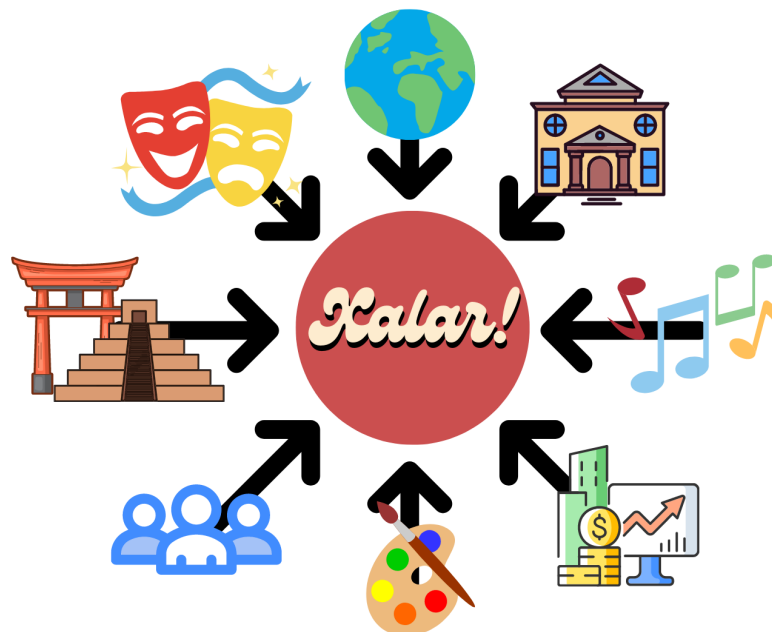
Descripció de l'empresa

L'empresa i espai sociocultural **Xalar!** operaria com un espai multifuncional, dinàmic i inclusiu que promou l'expressió cultural i artística, fomenta el diàleg i la cohesió social, i busca generar un canvi positiu en la comunitat. A través de la planificació d'activitats, col·laboracions i participació comunitària, l'empresa aspira a crear un entorn enriquidor i inspirador per a totes les persones interessades en la cultura i el progrés social.

Funcionament

- **Gestió de l'espai:** l'empresa disposaria d'un espai físic adaptat i equipat per a diverses activitats culturals i socials. Este espai seria flexible i versàtil, permetent la realització de reunions, presentacions, tallers, concerts, exposicions i altres esdeveniments relacionats amb l'expressió artística i la participació comunitària, tot pensat per a ser retransmés per internet.
- **Organització d'activitats:** l'empresa es dedicaria a la planificació, organització i gestió d'activitats, incloent-hi col·laborar amb grups, artistes, músics, actors, conferencians i altres professionals creatius per a la realització d'espectacles, tallers, xerrades i altres esdeveniments culturals. També es podrien organitzar exposicions d'art, projeccions de cinema, debats temàtics i altres activitats que promoguen la diversitat cultural i el diàleg.
- **Col·laboracions i aliances:** l'empresa establiria aliances clau amb entitats, institucions educatives, altres espais culturals i empreses. Estes col·laboracions podrien incloure la coproducció d'esdeveniments, la creació de projectes conjunts i el suport mutu per a iniciatives comunitàries. També es buscarien patrocinadors i col·laboradors que compartissen els valors i la visió de l'empresa per a contribuir al finançament i l'èxit dels esdeveniments i les activitats.

Així, a Xalar tindrà cabuda la cultura, les entitats socials i associatives, el patrimoni, els organismes públics, les empreses. Qualsevol que tingue alguna cosa a dir, tindrà les portes obertes de l'espai per a fer-ho al públic presencial i al cibernètic sense fer diferències més enllà del que el client vulgue.



Estratègia a les xarxes socials

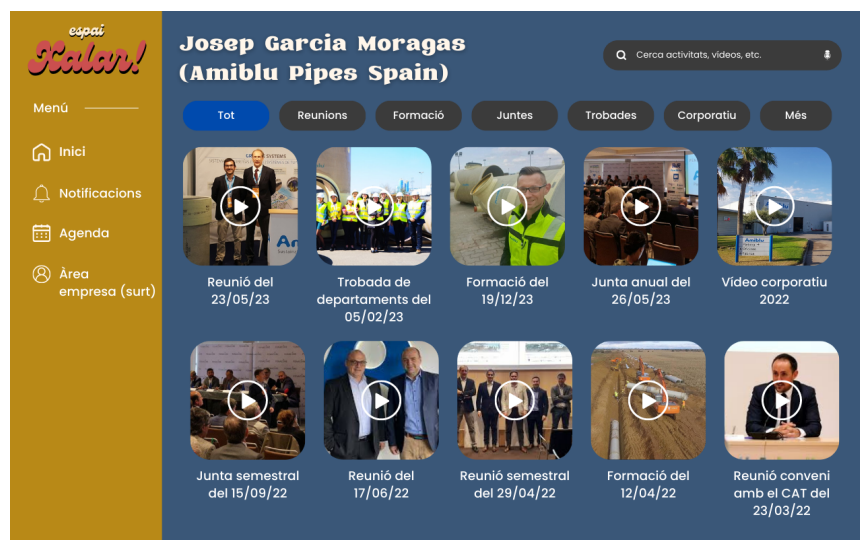
L'estratègia a les xarxes socials de Xalar! tindria com a objectiu principal connectar amb la comunitat, promoure les activitats i els valors de l'empresa, i generar interacció i participació. Això implicaria crear una comunitat virtual activa, interconnectada i compromesa amb les activitats i els valors de l'empresa sociocultural, així com ampliar l'abast del seu impacte en la societat a través de la difusió de contingut rellevant i inspirador a través de les xarxes socials:

- **Presència en múltiples plataformes:** l'empresa estaria present en diverses xarxes socials populars com Facebook, Twitch i, sobretot, YouTube i Instagram, adaptant el contingut a cada plataforma per a arribar a diferents audiències i generar un major impacte.
- **Contingut rellevant i atractiu:** es publicarien publicacions regularment amb contingut rellevant per a la comunitat, com ara anuncis d'esdeveniments, fotografies i vídeos de les activitats executades, entrevistes amb artistes i reflexions relacionades amb temes culturals i socials. S'optaria per un enfocament visualment atractiu i creatiu per a captar l'atenció del públic.
- **Interacció i participació:** l'empresa promouria la interacció amb la comunitat, fomentant els comentaris, les respostes i la participació en les activitats en directe. Es respondrien les consultes i els missatges dels seguidors de manera oportuna i amigable per a generar un diàleg actiu.
- **Col·laboracions amb influenciadors del territori:** es podrien establir col·laboracions amb influenciadors o persones rellevants en l'àmbit cultural o social per a amplificar l'abast del contingut i arribar a nous públics. Estos influenciadors podrien participar en esdeveniments, compartir contingut de l'empresa i promoure les activitats a través de les seues pròpies xarxes socials.
- **Publicitat segmentada:** podria ser una inversió a través de les xarxes socials per a arribar a públics específics i augmentar la visibilitat de les activitats i esdeveniments de l'empresa. Això permetria dirigir-se a persones interessades en l'expressió cultural, la cohesió social i altres temes afins.
- **Anàlisi i ajustament:** l'empresa realitzaria un seguiment de les seues activitats a les xarxes socials mitjançant analítiques i mesuraments de l'èxit de les publicacions i les campanyes. Esta informació seria utilitzada per a ajustar i millorar la seua estratègia a les xarxes socials de manera constant.

La pàgina principal de la web mostra les diferents seccions a l'esquerra amb l'accés a la pàgina d'inici, les notificacions amb les activitats pròximes o les que interessin a l'individu en cas d'estar registrat, l'agenda amb totes les activitats i l'accés a l'àrea privada, ja sigui per a usuaris convencionals, amb contingut adaptat als gustos, com per a empreses, amb contingut privat d'accés exclusiu d'aquella empresa.



Aquí tenim un exemple de com seria la pàgina personal, en este cas per a una empresa, amb els vídeos privats als quals només podrien tindre les membres de l'empresa, tot i que algun podria ser públic si així ho volen.

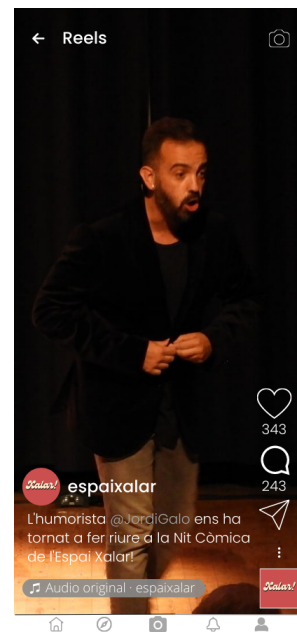
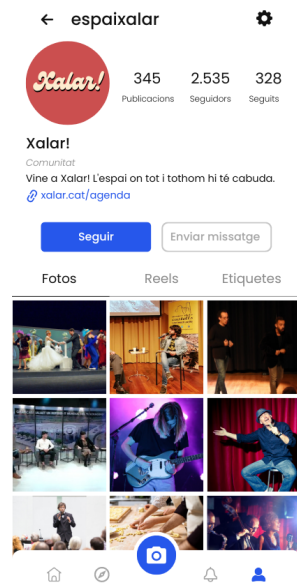


Per una altra banda, els perfils a les principals xarxes socials principals, Instagram (app) i YouTube (web), potencien la imatge, especialment en vídeo. Per a Instagram, el format més adequat de vídeo és en vertical, havent de convertir els vídeos gravats en horitzontal, mentre que per a YouTube és en apaïsat.

Xalar! - Espai sociocultural híbrid de les Terres de l'Ebre



Vídeos ▶ Reprodueix-ho tot



Conclusions

Este treball m'ha proporcionat una riquesa d'experiències, coneixements i ensenyaments sobre la creació d'una empresa, en este cas sociocultural ambientada com un mitjà de comunicació per internet. He partit d'un interès nul en el món de l'empresa i l'emprenedoria, he après de les **dificultats**, de la lentitud d'algunes tasques, sobretot en la investigació i de demanar entrevistes. Així, durant el procés m'he enfrontat a diversos reptes i obstacles i, amb la seua superació, he comprovat les **competències adquirides** al llarg del grau, habilitats de resolució de problemes i he après a adaptar-me a situacions imprevistes.

Però com a traca final del grau de comunicació i com a forma de bolcar-hi tot el que he après, m'ha engrescat. Així he acomplert els **objectius** gràcies a compaginar els aspectes que millor se'm donen, també per l'experiència professional entorn dels mitjans de comunicació i la cultura del territori, amb estos aspectes que em costaven més. Així, penso que entre unes coses i les altres he trobat l'equilibri per a continuar endavant i passar les **fases** per a enllestir l'elaboració del TFG.

Durant la **investigació i l'anàlisi** del projecte han sorgit dubtes i qüestionaments sobre diversos aspectes, com ara l'estructura de costos o l'efectivitat de les estratègies proposades. Això ha fomentat una mentalitat crítica i m'ha impulsat a cercar respostes i solucions.

Com a emprenedor, he tret diversos ensenyaments de la investigació i anàlisi d'este projecte aprenent sobre la importància de l'**adaptabilitat i la flexibilitat** en l'entorn empresarial en constant evolució. També he après sobre la importància de la col·laboració, la construcció de xarxes de suport i la comunicació eficaç amb diferents parts interessades.

Hi ha diversos aspectes que m'han resultat molt **fàcils**, aquells que, en realitat, formen part de la meua zona de confort, però que m'han servit per a engrescar-me, agafar forces dels aspectes més llunyans a esta zona de confort. Això ha passat per conèixer l'evolució i realitat dels mitjans de comunicació de proximitat, l'actualitat de les necessitats socioculturals de les Terres de l'Ebre, les entrevistes i l'elaboració del disseny de la marca, la pàgina web i les xarxes socials gràcies als estudis que ja vaig fer en disseny gràfic.

Tot plegat m'ha permés obtenir una comprensió més profunda de l'emprenedoria, tot i que em queda molt camí per a fer i, tot i que estic prou content amb el resultat, sento que este projecte no està acabat, i possiblement no ho estigues fins que inaugure l'espai sociocultural.

Finalment, la creació d'este projecte m'ha permés comprovar que encara que no sigue el meu fort, puc sortir de la meua **zona de confort** i, amb més facilitat o menys, puc tirar endavant i que amb ganes i il·lusió, les coses no són tan difícils. I gran part de la facilitat que he tingut ha sigut gràcies al suport de la professora col·laboradora, Clara Sánchez-Castro Bonfill, que m'ha acompanyat molt adequadament, dixant llibertat, però amb unes **videotutorials** senzilles i anant al gra, amb comprensió i entenedores.

Així que, en general, estic enormement **satisfet** dels resultats, no en la totalitat perquè sempre hi ha marge a la millora, però prou per a mantenir la idea de donar-li vida en algun moment, en un futur.

Bibliografia

- Ajuntament de Tortosa (2022). Tortosa relança l'ampliació del teatre Felip Pedrell amb una aportació de 2,5 M€ procedent del pressupost de l'Estat [en línia]. *Ajuntament de Tortosa*. [Data de consulta: 15 de gener de 2023]. Disponible a: <https://www2.tortosa.cat/noticies/noticia.php?lang=ca&id=13448>
- Ajuntament de Tortosa. *Teatre Auditori Felip Pedrell*. Recuperat de <https://www.teatreauditoritortosa.cat/>
- Ajuntament d'Ampostà (2021). Ampostà Ràdio estrena web i emissió per Youtube [en línia]. *Ajuntament d'Ampostà*. [Data de consulta: 15 de gener de 2023]. Disponible a: <https://www.amposta.cat/ca/registre/amposta-radio-estrena-web-i-emissio-youtube>
- ASTOROT. *Canal 21 Ebre*. [en línia] [Data de consulta: 15 de gener de 2023]. Disponible a: https://ilercavonia.fandom.com/wiki/Canal_21_Ebre
- ASTOROT. *Canal 21*. [en línia] [Data de consulta: 15 de gener de 2023]. Disponible a: https://ilercavonia.fandom.com/wiki/Canal_21
- Canal TE - Qui som [en línia]. [Data de consulta: 15 de gener de 2023]. Disponible a: <https://canalte.cat/qui-som/>
- Canal TE. (2021, 24 febrer). *A Prop Ebre, el nou digital ebrenc que fa periodisme a foc lent* [vídeo en línia]. YouTube. [Data de consulta: 15 de gener de 2023]. Disponible a: <https://youtu.be/ft19JRkibQM>
- Comuñas, Max. (2019). 29 plataformas y herramientas para emitir en streaming [en línia]. *MaxCF.es*. [Data de consulta: 15 de gener de 2023]. Disponible a: <https://www.maxcf.es/emitir-en-streaming>
- Cusachs i Corredó, Manuel. (1992) Més de 60 televisions locals a Catalunya. *Capçalera*, Núm. 35. [Data de consulta: 15 de gener de 2023]. Disponible a: <https://raco.cat/index.php/Capcalera/article/view/323321>
- Díaz Callejo, Jordi. (2020). Els antics jardins del Balneari d'en Porcar a Tortosa [en línia]. *Jardins i patrimoni*. [Data de consulta: 15 de gener de 2023]. Disponible a: <https://jardinsipatrimoni.wordpress.com/2020/04/13/els-antics-jardins-del-balneari-den-porcar-a-tortosa/>
- Diversos autors. *El Club de la Comedia* [en línia]. Wikipedia. Diversos canals de televisió, 1999 - 2017. [Data de consulta: 15 de gener de 2023]. Disponible a: [https://es.wikipedia.org/wiki/El_club_de_la_comedia_\(Espa%C3%B1a\)](https://es.wikipedia.org/wiki/El_club_de_la_comedia_(Espa%C3%B1a))
- Ebredigital.cat [en línia]. *Qui som*. [Data de consulta: 15 de gener de 2023]. Disponible a: <https://ebredigital.cat/qui-som/>
- Facebook [en línia] Nit de l'Humor del Clubzigrà. [Data de consulta: 15 de gener de 2023]. Disponible a: <https://www.facebook.com/nitdelhumor/>
- Favà Bel, Cristina. El Balneari de Porcar [en línia]. *Quaderns de l'Ebre, El futur del passat*. 2-17. (2017). [Data de consulta: 15 de gener de 2023]. Disponible a: <https://www.raco.cat/index.php/OdE/article/download/390064/483411>
- González Alba, José Antonio. (2018). El auge del pòdcast como nueva narrativa periodística. *Cuadernos de periodistas: revista de la Asociación de la Prensa de Madrid*, (37), 85-99.

- Horcajuelo, Alba. (2014) *Atresmedia Café, mucho más que un restaurante en la Gran Vía*. La Sexta, 20 de juliol de 2014. [Data de consulta: 15 de gener de 2023]. Disponible a: <https://youtu.be/yGMZOOMOXfE>
- Lechuga, Verónica, *Vivir de ser streamer, cada vez más complicado si no eres Ibai* (29 de juliol de 2022). *El blog Salmón*. [Data de consulta: 15 de gener de 2023]. Disponible a: <https://www.elblogsalmon.com/mundo-laboral/vivir-ser-streamer-cada-vez-complicado-no-eres-ibai>
- Marfanta.com [en línia]. *Qui som?*. [Data de consulta: 15 de gener de 2023]. Disponible a: <https://www.marfanta.com/qui-som/>
- Martínez, Pedro. Informe sobre el consumo de podcast en español: Se duplica el tiempo de escucha y se consolida el apoyo directo a los creadores – Observatorio iVoox 2022 [en línia]. (6 de setembre de 2022). Ivoox. [Data de consulta: 15 de gener de 2023]. Disponible a: <https://www.ivoox.com/blog/informe-se-duplica-el-tiempo-de-escucha-y-se-consolida-el-apoyo-directo-a-los-creadores/>
- Otero, Joan. Ramírez, Joan (2011). De cinemes a Tortosa [en línia]. *Tortosa Antiga*. [Data de consulta: 15 de gener de 2023]. Disponible a: <http://tortosaantiga.blogspot.com/2011/02/de-cinemes-tortosa.html>
- Puigtobella, Bernat. (2015, gener). *Surt de casa, sense complexos* [en línia]. *Núvol*. [Data de consulta: 15 de gener de 2023]. Disponible a: <https://www.nuvol.com/pantalles/surt-de-casa-sense-complexos-22596>
- Redacció. (2022) *El president de la Generalitat inaugura els nous estudis de canal te, esports te i ebredigital.cat*, [en línia] ebredigital.cat: <https://ebredigital.cat/2022/10/25/el-president-de-la-generalitat-inaugura-els-nous-estudis-de-canal-te-esports-te-i-ebredigital-cat/>
- Redacció. (2013, octubre). *Aguaita.cat s'alia amb Nació Digital i projecta informativament les Terres de l'Ebre a tot Catalunya* [en línia]. *Aguaita.cat*. [Data de consulta: 15 de gener de 2023]. Disponible a: <https://www.aguaita.cat/noticia/999/aguaita-alia-amb-nacio-digital-projecta-informativament-terres-ebre-tot-catalunya>
- Relació d'entitats i associacions [en línia]. *Ajuntament de Tortosa*. [Data de consulta: 15 de gener de 2023]. Disponible a: <https://www2.tortosa.cat/entitats/>
- Polo Bettonica, Toni. (2021) *Teatros y cines celebran la vuelta al aforo completo* [en línia]. *El País*, 15 d'octubre de 2021. [Data de consulta: 15 de gener de 2023]. Disponible a: <https://elpais.com/espana/catalunya/2021-10-15/teatros-y-cines-celebran-la-vuelta-al-aforo-completo.html>
- Tena Sánchez, Jordi., Noguera, José A., & León-Medina, Francisco. J. (2021). *La taquilla inversa als teatres catalans*. UAB divulga.
- Redacció. *L'Ajuntament de Tortosa començarà la recuperació del Balneari d'en Porcar l'any que ve* [en línia]. (30 de novembre de 2017) *Ràdio Tortosa*. [Data de consulta: 15 de gener de 2023]. Disponible a: <https://radiotortosa.cat/2017/11/30/lajuntament-tortosa-comencara-recuperacio-balneari-den-porcar-lany-que-ve/>

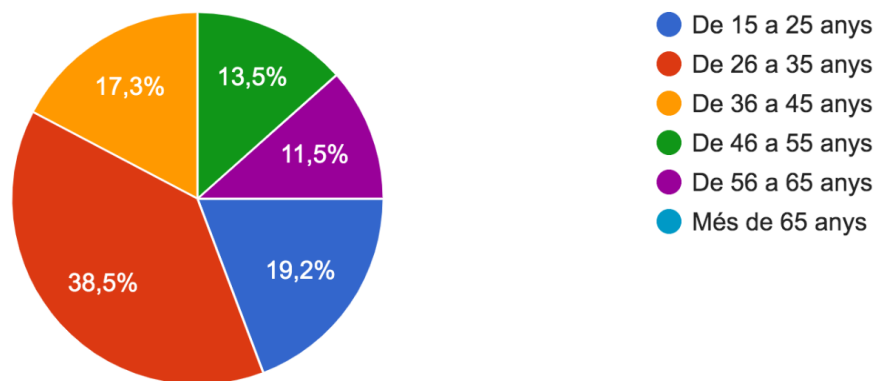
Annexes

Annex 1: Detall del resultat de l'enquesta

Es pot accedir al [full de càlcul](#) dels resultats. A continuació, les gràfiques:

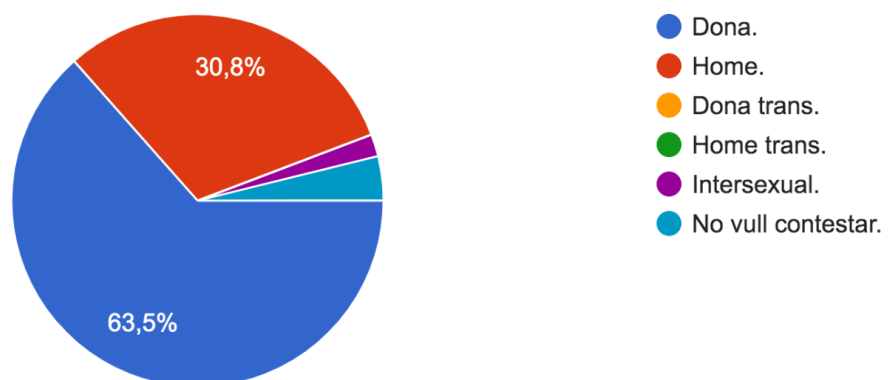
Quina edat tens?

52 respostes



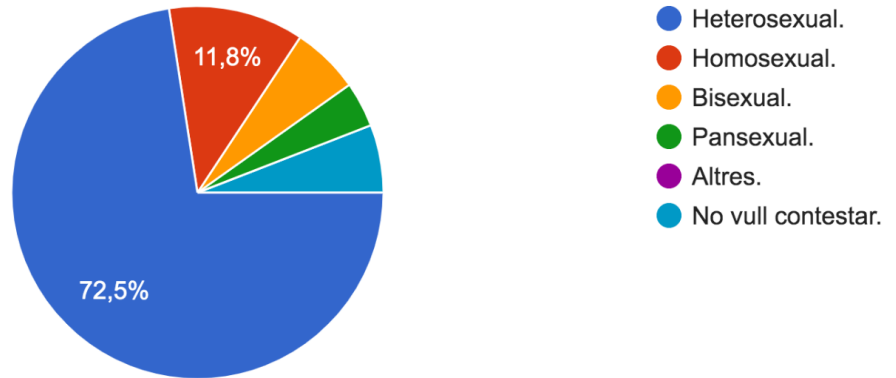
Identitat de gènere?

52 respostes



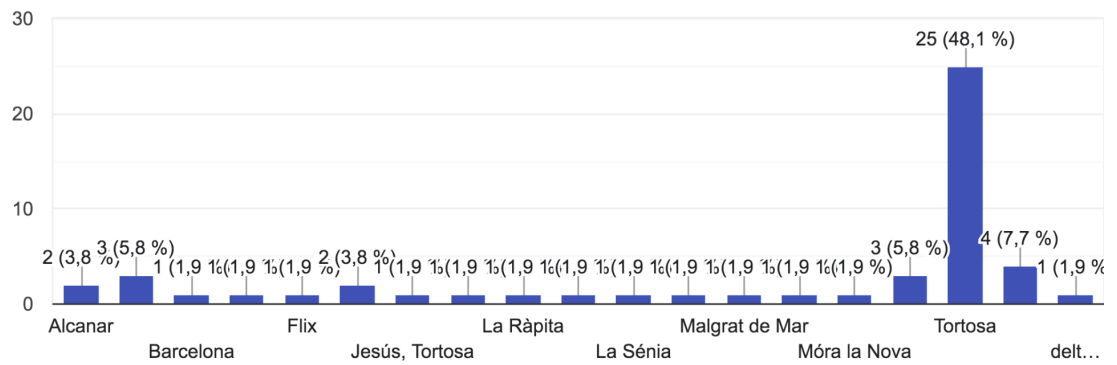
Sexualitat?

51 respostes



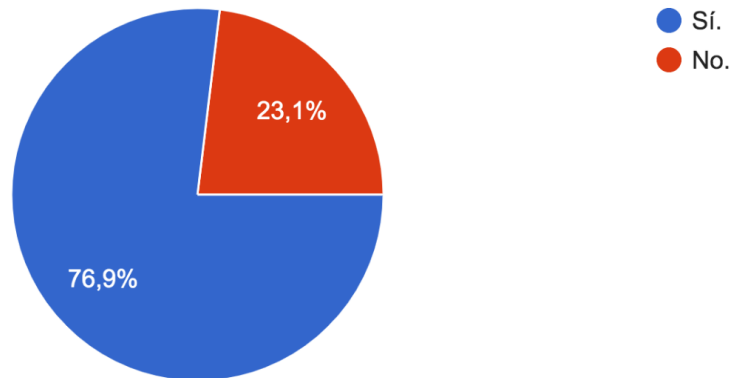
De quin municipi ets?

52 respostes



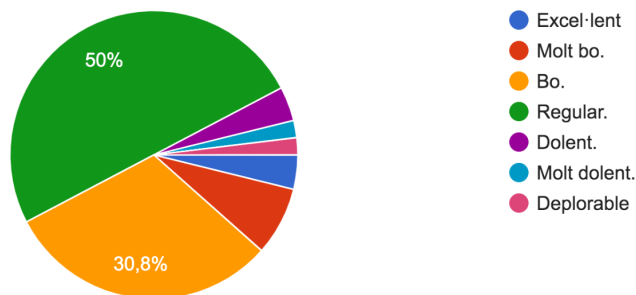
Vius a les Terres de l'Ebre?

52 respostes



Quin és el teu grau de satisfacció amb els espais culturals i socials (teatres, centres cívics, etc.) de les Terres de l'Ebre?

52 respostes



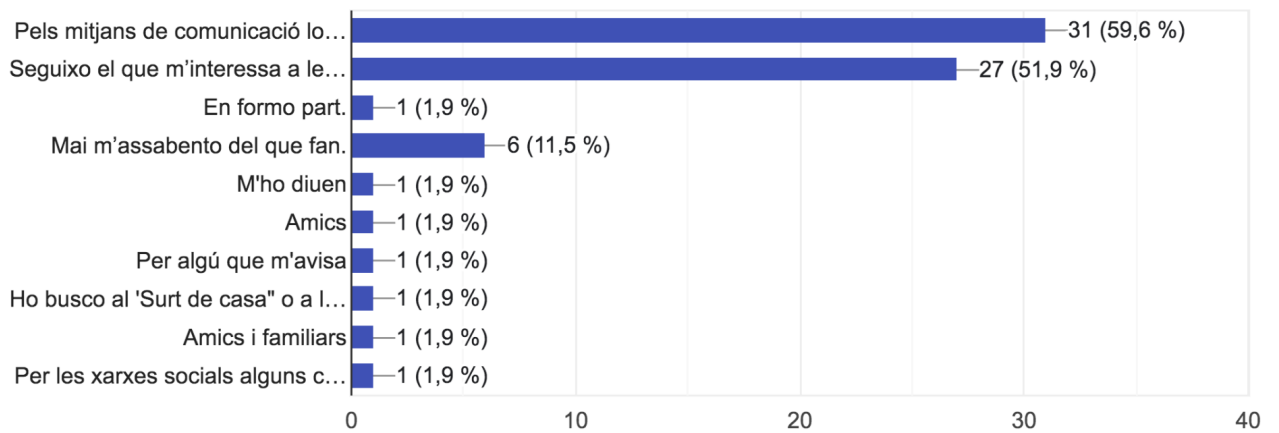
En què creus que fallen o què falta als existents?

52 respostes



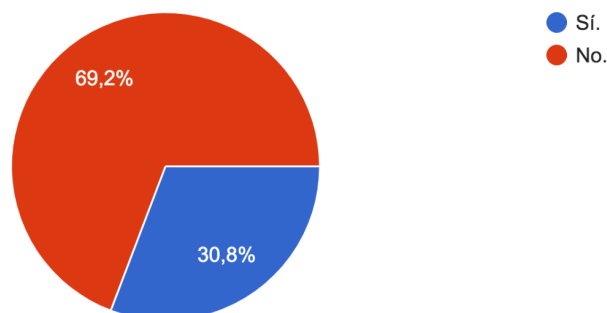
Com t'assabentes de les activitats que es fan?

52 respostes



Creus que els espais culturals i socials de les Terres de l'Ebre aprofiten prou les noves eines que ofereix internet?

52 respostes



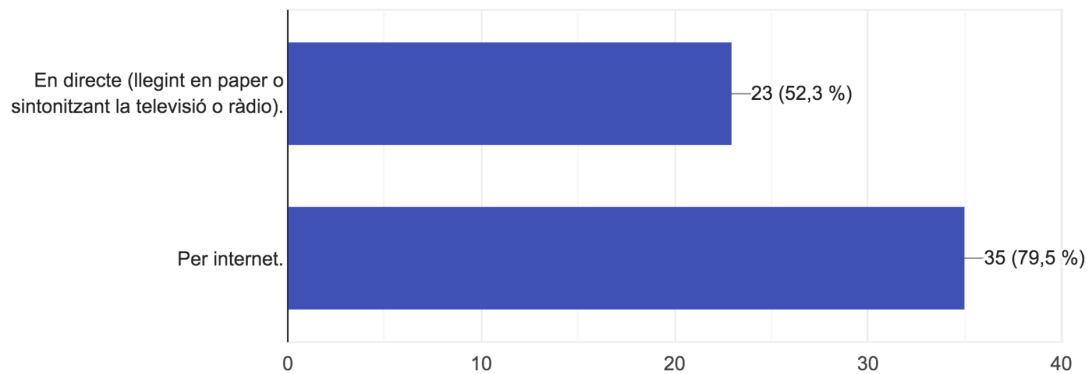
Consumixes els mitjans de comunicació del territori (ràdio, televisió, premsa escrita impresa o digital)? Quins?

- No
- Premsa digital
- No.
- Radio i premsa digital
- Sí. La Plana Ràdio, Canal TE, Setmanari L'Ebre.
- La Plana ràdio
- Si, radio, premsa escrita i digital
- Alguns els segueixo per Instagram.
- Canal 21, canal TE,
- Canal TE, La plana radio
- No gaire. L'Ebre com a molt.
- Sí. Canal Terres de l'Ebre, el Setmanari i l'Aguaita.

- Sí. Setmanari L'ebre tant en versió paper com digital, imaginaràdio amb els dos formats, Ebre cadena SER.
- Sí. Canal Te, Canal 21, Ebredigital, Marfanta, Setmanari l'Ebre, Aguaita, Aprop, Surtdecasa
- Diari L'Ebre i Surt de Casa
- Premsa digital
- Sí, Canal Terres de l'Ebre
- La ràdio
- Diari de Tarragona, Setmanari l'Ebre, Aprop ebre, canal terres de l'Ebre, Marfanta
- Si ràdio, premsa i tv
- Digital
- Sí. Ràdio Móra d'Ebre, setmanari L'Ebre i Canal te
- Sí, Canal TE, Ebredigital, Marfanta
- Si
- Alguns, canal 21 i 56.
- Televisió, premsa digital, ràdio
- Canal terres de l'ebre, canal 21 ebre
- Senia radio
- digital
- Instagram
- Televisió, ràdio.
- Ràdio, premsa escrita i digital
- Radio, premsa impresa
- canal TE i Canal 21 Ebre Notícies
- Digital i Agenda del mes (escrit imprés)
- Premsa escrita impresa i digital
- Premsa escrita
- Canal 21, cadena ser Ebre
- TV i radio
- Molt pocs, a vegades Canal 21 i el diari Marfanta.
- Sí. Televisió i premsa digital
- Si, podcast
- Surtdecasa.cat
- premsa digital

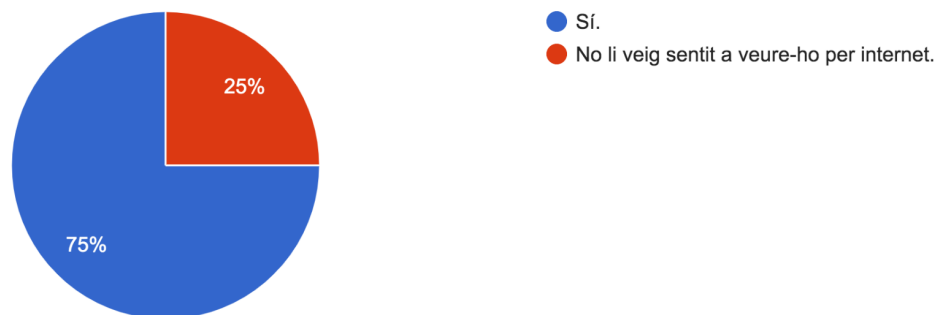
Si en consumixes, de quina forma?

44 respostes



Si no poguesses anar a un esdeveniment cultural que t'interessés molt i es reproduís per internet, el veuries?

52 respostes



Quines activitats t'agradaria que fessen a un local que oferís assistir activitats culturals que alhora s'emetessen per streaming (concert, tallers, debats, presentacions...)? Pots fer propostes generals o concretes (un cicle de concerts de piano, un Club de la Comèdia, etc.)

- Concerts
- Concerts de tota mena, trobades per a veure Eurovisió, Debats, xerrades, tallers...
- Club de la Comèdia
- Musica en directe , cinem
- Concerts, debats, entrevistes per a conèixer la gent i l'activitat de les Terres
- Teatre
- Videojocs
- concerts, tallers, musicals
- Tallers, espectacles d'humor, xerrades...

- Concerts de música variat com exemple rock, pop, ska... Tallers artístics con per exemple art floral o de fruita, també culinaris, d'escriptura dansa, entre d'altres. També debats en àmbit social, infantil... Vermuts musicals...
- Concerts musicals
- Club de la Comedia o Conferències d'interes.
- Stand up
- Música i humor
- Tallers, concerts i teatre
- Concerts, presentacions de llibres
- Potser algun concert
- Música en directe
- Concerts de rock
- Concerts, seminaris i conferències
- Presentacions, cursos de fotografia, cursos d'escriptura, clubs de lectura
- Algun musical
- Concert o cicles de ciència
- Concerts, teatre, monòlegs
- Comèdia, intercanvis culturals, tallers manualitats, tallers tecnològics
- -
- Tallers i debats
- Concerts o monòlegs
- Un club de boxeo
- Tallers actualitzats, d'artesania o disseny 3d, etc
- Concerts, exposicions
- club de comedia
- teatre, concerts, debats..
- Concerts
- Concerts, Filmoteca (en llengua estrangera)
- Opera
- concerts de rock i metal grups del territori
- Presentacions o debats potser és l'únic que li veuria un sentit. Teatre, música, tallers...crec que s'han d'experimentar en directe
- Presentacions, conferències, debats, sortides culturals, intercanvi de llengües, espai obert de recerca i creació, un divendres al mes que s'organitzin portes obertes a les creacions vigents, etc. // Ve un professional a parlar sobre un tema en concret i després hi ha roda de preguntes, masterclass (presencial i online). // Dansa, teatre, slam poetry, concerts, taller de dramatúrgia, etc.
- Sobretot debats i presentacions. Representacions teatrals
- Concert de música, teatre musical, teatre
- Un club de la comedia
- Concerts, teatre
- Concerts, coses que atraguen lo jovent i que siguen en català.
- Obres de teatre i musicals, concerts, monòlegs, activitats participatives...
- Ni idea
- Concerts de música en català, debats sobre polítiques socials del territori...

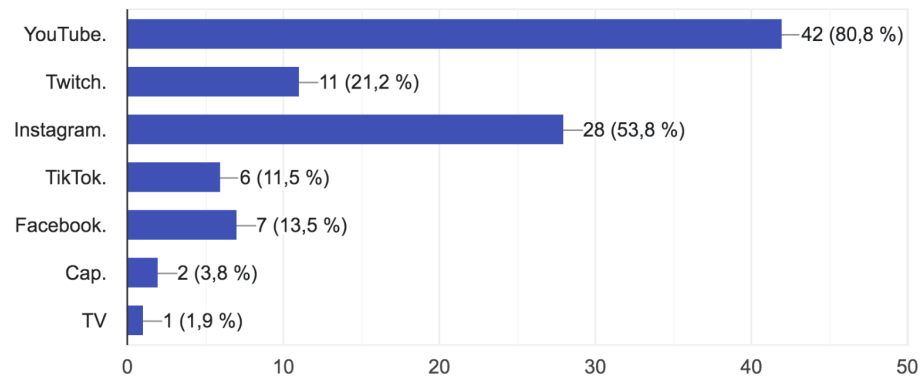
Pagaries per a veure algunes de les activitats culturals que s'oferissin per streaming?

52 respostes



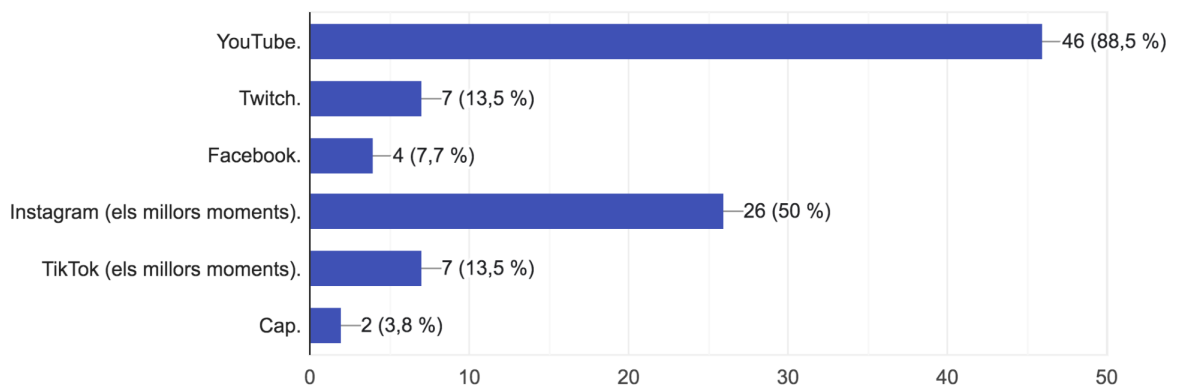
Quin/s servei/s utilitzes o utilitzaries per a veure un acte d'estos, íntegre en directe per internet?

52 respostes



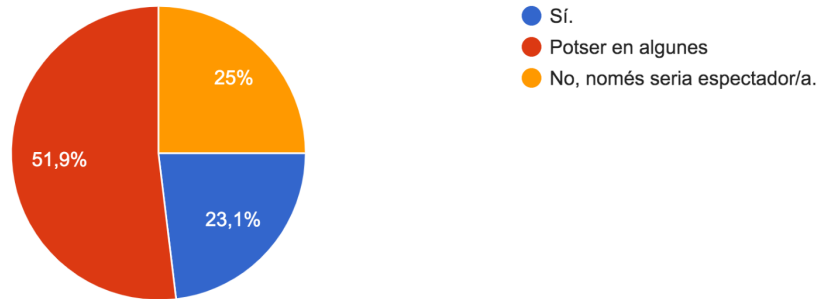
I gravat?

52 respostes



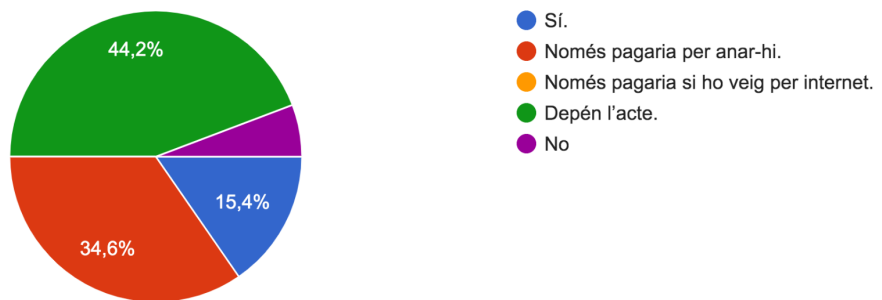
Participaries en estes activitats, ja sigue presencialment o per internet a través dels xats que oferixen les mateixes plataformes?

52 respostes



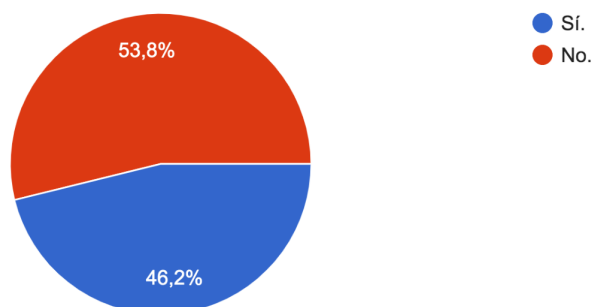
Pagaries una tarifa plana per a accedir a tota la programació d'esdeveniments d'un local cultural, amb possibilitat de seguir-los presencialment o per internet?

52 respostes



La "taquilla inversa" et permet pagar després de veure l'acte per a donar la quantia econòmica que consideres justa. S'utilitza en alguns actes cultur...ee tours. Alguna vegada has pagat en este mètode?

52 respostes



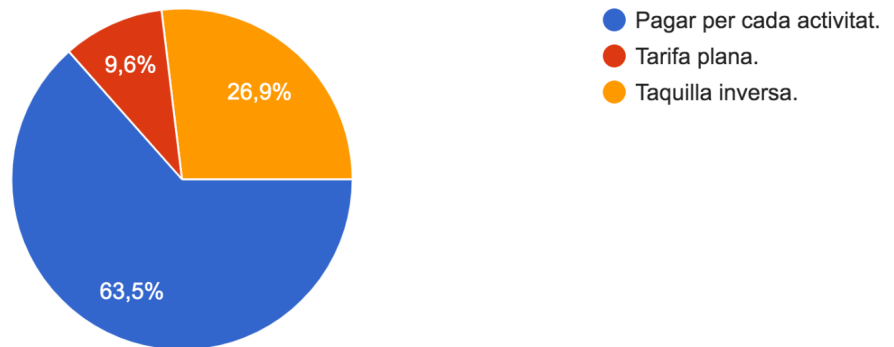
Com valoren la taquilla inversa per a pagar esta mena d'activitats?

- És una proposta molt interessant, sobretot per a activitats amateurs, tot i que hi ha el perill de qui marxe sense pagar res tot i haver-li agradat.
- Crec que és útil ja que permet gaudir dels espectacles però sense afectar-te econòmicament degut a que pagues el que vols.
- Subjectiva
- Crec que recauden més perquè sap greu donar pocs diners per un bon espectacle.
- Permet que cadascú pagui el que vol, només es pot fer si hi ha mitjans per pagar l'activitat
- Seria interessant
- Positivament
- Sembla una bona opció
- Em semblaria una opció interessant.
- Genial
- Adient i interessant
- Em sembla positiu.
- Atractiva i lògica
- Correcta
- Seria una bona opció ja que podria accedir més gent
- Bé, però molta gent no seria honesta
- Em sembla un molt bon mètode
- Bona iniciativa
- La gent no pren consciència que les arts són un ofici i generen activitat econòmica. Moltes el gaudeixen, no valoren la feien, i marxen sense pagar. Si una productora posa un preu, som lliures d'anar o no a l'esdeveniment. Quan ens donen l'oportunitat de fixar nosaltres el preu de l'espectacle, som incapaços d'obrir la cartera. Falta més educació i estima per la cultura i situar-la on és mereix.
- Proposta interessant.
- Adequada. Bona.
-
- Menjam lo pepino
- Crec que no acabaria de ser una manera justa de valorar algunes activitats.
- Crec q es bona
- Crec que es millor la taquilla normal pel fet que hi ha molta gent egoista que no pagaria.
- Pot ser interessant, encara que crec que la gent no seria justa.
- Adequat a la butxaca de tothom
- -
- Poc productiva
- Positivament
- Be
- Molt ben pensada
- Ideal si assegura cobrir les despeses de l'acte i l'artista

- positiu
- Crec que no és just, ja que no tothom té el mateix gust. I els actors tenen que tenir igualment una recompensa pel seu treball.
- Pagar efectiu
- És una opció, la trobo correcta.
- Inapropiada
- molt gusta
- Jo sóc del parer que la cultura té el seu preu, i així s'ho mereix la gent que s'hi dedica.
- No sóc una experta per decidir que és un preu just. Segur que la majoria dels que hi assistim tenim un gran desconeixement de l'esforç que ha suposat.
- Crec que hem de treure'ns de la ment que la cultura ha de ser gratuïta i pagar pel que ens ofereixen, en agradi més o menys.
- Prefereixo sempre un preu establert raonable per als joves.
- Democratitza la cultura i la fa accessible a gent que pot pagar menys, tot i que hi ha gent que s'aprofita negativament
- No hi sé, perquè mai ho he fet. Suposo que em basaria per una part informant-ne de quan es paga habitualment en espectacles similars, tenint en compte el lloc, comoditat, visualització de l'obra i so i també per l'obra i actuacions dels actors
- Molt be
- Interessant
- No se
- Bé
- Està prou bé, no et sents obligat a pagar però alhora pots pagar més del que rebrien en una taquilla normal.
- Penso que la gent no és prou conscient del que suposa i s'aprofitarien de l'ocasió
- Correcte
- Molt bona
- Una bona alternativa
- Crec que és un bon mètode per veure si a la gent li ha agradat, però que no es veuria reflectit a com hagués sigut realment

Quin mètode preferixes, indiferentment si vas presencialment o el veus per internet?

52 respostes



Annex 2: transcripció de les entrevistes

Victòria Almuni Balada, directora territorial de cultura a les Terres de l'Ebre.

Quina és la salut general de la cultura a les Terres de l'Ebre?

Jo crec que és bona, però no vol dir que no sigui millorable, sempre es pot millorar, però cada vegada hi ha més iniciatives i cada vegada es treballa més de forma conjunta. També hem de saber el que hi ha per a oferir, no és un territori per a rebre grans festivals, per exemple, però sí de més petit format que, si els ajuntem tots, acaba generant molta repercussió i l'assistència de molt públic.

Hi ha prou espais que dinamitzen la riquesa cultural i social del territori?

D'espais, n'hi ha. Cada poble, per petit que sigui, té el seu centre cultural, espai polivalent. Tampoc és el mateix parlar en clau local que territorial, i en els equipaments locals moltes vegades no estan en les millors condicions, i menys adaptats a digitalització, l'eficiència energètica... Veig més problemes aquí que en l'existència d'equipaments.

Pel que fa als mitjans de comunicació de proximitat, reflecteixen adequadament les aptituds de la cultura del territori?

Ja deia que la cultura té bona salut al territori i els mitjans de comunicació no poden estar en tot. Sempre es pot fer més, però crec que podem estar contents en com cobriren les expectatives de la gent. Estan allà per a fer difusió i si vols enterar-te'n, te n'enteres.

I a internet es promou prou la cultura del territori?

El mateix. A través de les xarxes pots saber tot el que passa, si vols, però moltes vegades hi ha activitats que es queden en l'àmbit local perquè només es publica a les xarxes d'aquell ajuntament o entitat que ho fa, i no trascendix més enllà. Aquí, els mitjans de comunicació juguen un paper important perquè qui segueix un mitjà concret, pot saber que fan a tot el territori.

Tindria cabuda un espai cultural obert a les entitats culturals, socials i de qualsevol classe que oferís les seues activitats a un públic presencial i també per internet?

Tota iniciativa és interessant, però dependria de si es fa en clau local o territorial. En clau territorial és més complicat per les distàncies que hi ha de punta a punta, però també seria interessant que servís com a intercanvi d'experiències dins del territori, en un mateix tema, per exemple. Tot el que sigui cohesió territorial em sembla molt benvingut i més si pots

trencar, diguessem, les barreres de l'espai i del temps passant-ho per internet i quedant enregistrat.

Com a entitat pública, tindríeu interès a fer ús d'este local preparat per a emetre en *streaming* per a realitzar esdeveniments i activitats lligades a la cultura (presentacions, col·loquis, etc.)?

Tenim una sala d'exposicions i una altra de conferències i, precisament, estem mirant de tenir un millor equipament per a retransmetre per *streaming*. Mentres no ho tenim, sí, evidentment.

Podríeu tenir interès a col·laborar amb el projecte subvencionant l'ús d'este espai per a entitats i associacions de les Terres de l'Ebre?

A nivell territorial, el departament de Cultura depèn de Barcelona, de la Generalitat. Podem treballar conjuntament, però les subvencions s'haurien de demanar com qualsevol altra entitat. No tenim un pressupost propi per a treballar de forma autònoma. Aquí, la Diputació o els ajuntaments poden posar-ho més fàcil.

Podríeu tenir interès a donar vida a un local de la vostra propietat, actualment en desús, per a acollir este projecte cultural?

A part de la seu del Departament, no tenim altres locals de la nostra propietat. Aquí, novament, pot ser més adequat consultar a l'Ajuntament de Tortosa, o d'algun altre municipi on puguen tenir algun espai.

Albert Curto Homedes, Arxiu Comarcal del Baix Ebre.

A trets generals, quina ha sigut l'evolució i involució dels espais i centres culturals i socials de les Terres de l'Ebre?

Hi ha un punt d'inflexió important a la Guerra Civil i la postguerra. Fins l'any 1936-1937, Tortosa tenia el paper que li pertocava des del punt de vista cultural, associatiu, i amb moltes iniciatives i de tot tipus. Capital econòmica, demogràfica i tenia, també, l'aspecte cultural, que reflectia amb tota una sèrie d'entitats, de clubs... Una cosa seria les infraestructures, l'altra, diguéssim, les organitzacions, hi havia una bona colla de cinemes. I qui portava la batuta no era l'administració pública, com ara, sinó les entitats. L'Ajuntament només oferia els espais, però tot era organitzat pels clubs, ateneus...

Llavors, amb la Guerra Civil, la gent que tenia iniciatives es va exiliar i es va quedar poca cosa, bàsicament l'església. La represa cultural era a partir del Círculo Artístico, una entitat associativa que va començar per l'art plàstic i després es va anar diversificant a finals dels 40 o 50. Però va quedar una cosa com molt sectorial.

Per comarques o capitals, hi ha hagut canvis de “poder” en la dinamització cultural i social?

Amb la baixada de Tortosa, altres municipis han despuntat. No hi estic molt ficat, però mires el que fan ara a Amposta i sembla que hi ha més cohesió i implicació en el que fan. Tenen organitzacions com les bandes de música que organitzen moltes coses.

Quin ha sigut el paper dels privats en este dinamisme?

Una mica el que deia abans, hi havia molta implicació privada, però amb el temps, si no hi ha l'ajuntament, sembla que no se fa res. No dic que no pugue haver gent que s'implique des d'organitzacions particulars, però no és com abans.

Què hi ha dels valors darrere d'estos espais, fossen públics o privats?

A cada època es reflectien coses diferents, segons el context social, que abans era més viu, després amb iniciatives més concretes...

Estos valors es mantenen en els espais actuals?

Ara, cadascú va a la seua, cada entitat vol muntar la seua activitat, quan moltes vegades es podrien unir diverses de musicals, per exemple, i muntar un cicle enlloc de tenir cadascun el seu.

Valdria la pena recuperar l'essència d'algun d'estos espais històrics? Quins d'ells?

La societat canvia molt i el que servia abans, no té perquè funcionar ara. Dubte que avui en dia, per exemple, funcionés el Centre del Comerç que funcionava una mica com els ateneus. A mi m'encantaria, però si va deixar d'anar, és per alguna cosa. Però seria fantàstic un espai de trobada per a gent de diferents oficis, diferents ideologies...

Els mitjans de comunicació territorials ajuden prou a donar a conèixer les entitats i la cultura del territori?

Els mitjans de comunicació els estan pagant els ajuntaments i si no paguen, no hi surt el que fan. I dins el municipi, aquí a Tortosa hi ha moltes associacions, però la majoria no sabem que fan, per falta d'interés de les mateixes o perquè l'Ajuntament no les vol potenciar, ves a saber perquè.

Consideres que hi ha algun mitjà de comunicació històric que abanderés la cultura i la societat municipal o de les Terres de l'Ebre?

En el seu moment, Gèminis va ser un pic rellevant cultural, però va ser breu. També estava la revista La Zuda, que va ser rellevant als anys 30 com a reflex de l'activitat vital de l'època, vinculada a l'Ateneu de Tortosa que hi havia molta activitat i portaven xerrades bastant pioneres en el seu moment.

Tindria cabuda un espai cultural obert a les entitats culturals, socials i de qualsevol mena que oferís les seues activitats a un públic presencial i també per internet?

Jo crec que sí. Fa falta esta connexió, precisament pel que et deia abans que cadascú va a la seua i potser així seria una manera de centralitzar alguns activitats.

Algun mitjà de comunicació o centre cultural, cívic, social, etc. històric podria recuperar-se per a abanderar en l'actualitat la cultura i la societat tortosina i de les Terres de l'Ebre? Quin?

Com deia abans, avui en dia tot és un altre món. No crec que una cosa que abans va funcionar, ara tingue èxit. COM a exemple, als anys 70 hi havia una revista anarquista transgressora que va tindre molt èxit, Ajoblanco i fa poc van intentar recuperar-la i va ser un fracàs. Els temps han canviat, l'humor ha canviat i ja no es pot fer broma com abans.

Neus Barberà Homedes, directora de Surtdecasa, mitjà de comunicació cultural, i impulsora de L'Al·licient, l'associació de professionals de la comunicació de les Terres de l'Ebre.

Teniu un punt o espai de reunió per a l'associació?

Actualment no, no tenim una seu, i cada vegada ens trovem a un lloc diferent. Estaria bé disposar d'un lloc que ho centralitzés.

Com a directora de Surtdecasa i amb tota la trajectòria del mitjà, com ha evolucionat la cultura al territori?

En estos 12 anys des de la fundació de Surtdecasa, crec que hi ha sensació que de cop hi ha un auge d'activitats, i és més enllà d'una sensació. Precisament, vam néixer perquè la gent no s'enterava de tot el que es feia, els mitjans feien una crònica posterior, i te n'adonaves que feien moltes coses. Potser va coincidir que donar-li esta importància. Arriuem a molts pobles i a vegades és un desastre la difusió de les mateixes organitzacions.

A més, quan vam començar no hi havia cap mitjà purament digital, menys com a agenda cultural i social, tots ho tenien com a complement. Llavors van començar molts festivals o van despegar, com a exemple. Van sortir propostes més enllà de les fires dels pobles. Se va ajuntar i ens va anar molt bé per a que la gent s'adonés de tot el que s'anava fent.

Creus necessari que les activitats es desenvolupen més per internet per arribar a la gent més enllà de l'horari i el lloc?

Sí, hi ha molta gent d'aquí que viu fora i, potser sí poden combinar estar allà i aquí, però és ideal poder estar present en coses que es fan aquí sense estar-hi.

I pagar per veure-ho per internet?

Depèn. Jo he tingut més experiència en cursos i xerrades, que pot interessar molt perquè escoltes, no cal que mires, i pots fer altres coses. Per la pandèmia es van fer molts concerts per les xarxes socials. Teatre no sé si el miraria, en el meu cas i potser és una cosa del lloc i el moment, tot i que l'experiència del viu i el directe sempre té una màgia que no et portarà mai un *streaming*. Potser depen el concert, sempre estarà bé tindre l'opció per si estàs fora o no et va bé per horari. Fas accessible la cultura.

Com valores la taquilla inversa per a pagar l'entrada a estes activitats?

Clar, no saps mai que has de donar, però és la gràcia depen el que portes i el que valores, per exemple, en un concert, el nombre de músics, els assajos que poden fer, el tècnic de so que mai hi pensa ningú.

I l'abonament?

També, i no cal que siguen formes de pagament excloents. Es pot fer a través d'una associació, que es facen sòcies i socis, i que estigue inclòs l'*streaming*, perquè no estem acostumat per a pagar per l'internet. Potser que l'abonament per *streaming* hauria de ser més econòmic que el presencials. Seria complicat rendibilitzar-ho.

Tortosa és el pol d'atracció cultural i social de les Terres de l'Ebre?

Hi ha moltíssimes entitats a Tortosa que fan moltes coses, però s'ha de dir que Amposta destaca molt i dona la sensació que dóna moltes facilitats si vols muntar alguna cosa. Hi ha més dinamisme a Amposta i tot el Montsià de moviment cultural i fan els coses junts, potser també la costa del Baix Ebre. Tenen més la idea de compartir, de que no són competència i la gent és més participativa.

Disposar d'un nou espai híbrid podria obrir noves portes i un nou circuit?

Sí, li veig una gran utilitat i no existix cap espai que tingue la dualitat per a l'*streaming*. La veig interessant com a punt diferencial per un servei que t'aporta que ara no existix. I el punt del centre cultural i social on pots anar i tens alguna proposta de diferents disciplines, trobo que pot donar molt de joc en un espai dinàmic.

També que tingue la part social i participativa, ja que a tot arreu ja pots comentar, compartir, seguir, posar m'agrada... La unidireccionalitat l'hem perdut i este espai ho permetria.

Sisco Besalduch Piñol, cap d'estudis de l'Institut de l'Ebre.

Disposeu d'una sala d'actes adequada per a les activitats del centre?

Sí, és una sala d'actes adequada amb més de 300 butaques i un escenari. També tenim tota la part del cicle formatiu d'audiovisuals que ja podria donar resposta a aquesta necessitat de *streaming*.

Feu activitats que podrien ser d'interés a fora el centre, com familiars d'alumnes, altres centres educatius o el públic general?

Sí, de fet fem les jornades tècniques amb més de 160 activitats durant una setmana i utilitzem altres espais, a més del saló d'actes com aules, laboratoris, etc. on invitem altres centres educatius, empreses i entitats que fan difusió de més enllà de Tortosa a fer ponències per a explicar coses d'interés per a la població. A més, tenim altres aules comunes per a tots els departaments del centre, que són 13, l'aula Llevant per a unes 20 persones i l'aula Mestral per a unes 50.

Valoraríeu la possibilitat de disposar d'un local preparat per a retransmetre per streaming estes activitats en obert o a qui vos interessés?

Sí, creiem que un centre educatiu ha de relacionar-se amb l'entorn i organitzar activitats conjuntes amb altres entitats com ajuntaments o empreses, i ho fem.

Teniu estudis audiovisuals, organització i màrqueting per fer la difusió de les activitats i oferiu convenis amb empreses?

Sí, tenim el cicle d'audiovisuals que s'encarrega de fer la difusió i també tenim disseny gràfic que col·labora en esta tasca. H otenim tot motl redó i tenim moltes coses dins l'institut treballant entre els diferents departaments i tenim convenis perquè l'alumnat pugue fer les seues pràctiques en un lloc apropiat i aprofitar el desplegament tècnic.

Participaríeu o coorganitzaríeu activitats o trobades escolars amb el local?

Sí, sempre que l'activitat estigue relacionada amb el currículum de l'alumne i que entre en les hores de classe.

Josep Baubí Lasierra, president del Col·legi de Periodistes de Catalunya Demarcació Terres de l'Ebre.

Teniu un espai adequat per a actes amb públic nombrós?

Després d'estar a una seu molt petita, compartim seu amb el Col·legi d'Arquitectes, estem els dos rellogats, amb qui a més tenim molt bona relació, i disposem d'una sala amb prou capacitat per a les activitats que hi fem. També lloguem la sala per a qualsevol entitat que necessite utilitzar-la per a fer rodes de premsa, ja que hem invertit en un equip de so adequat.

Feu activitats que podrien ser d'interés a fora la seu, com a associats que no poden assistir, altres demarcacions o el públic en general?

I tant, de fet aprofitem el canal de YouTube del Col·legi per a publicar les gravacions de les activitats que fem. Contractem, actualment, a una col·legiada per a gravar, perquè tenim clar que tothom que treballa per al Col·legi de Periodistes ha de cobrar.

Així, ara pagueu per separat l'espai i per l'altra el servei de gravació. Pagaríeu per disposar d'un local preparat per a retransmetre per

streaming estes activitats a tothom o a qui considereu mitjançant invitació?

Ens encantaria i lluitem per tindre un local propi, és l'objectiu, però haurem de veure com, i ara per ara podria ser una bona opció.

Com a veterà del territori, què et sembla que hi hague un espai que aculle qualsevol activitat i ho emete a internet?

Tot el que sigue unir esforços i compartir coses, em sembla bé. És el que fem a la "casa dels periodistes" i, de fet, volem que la nostra sala sigue la sala de premsa de les Terres de l'Ebre i ser el centre intercomarcal de premsa.

Així ho hem fet amb la Intercol·legial de Col·legis Professionals de les Terres de l'Ebre, treballar conjuntament, ja que som pocs i tot el que sigue anar units, endavant. I aquí, que puguem compartir espais, com el que proposem, i tant, per què no?

I hem de lluitar pel territori, és fàcil marxar perquè no hi ha facilitats i deixar-ho tot abandonat i sense gent que ho tindre endavant

Neus Curto Rodríguez, adjunta a presidència de l'Associació d'Empreses de les Comarques de l'Ebre

Teniu un espai adequat per a actes amb públic nombrós? Quina mena d'actes acolliu?

Sí, una sala d'actes amb aforament per 100 persones. Tots dirigits al teixit empresarial.

Si feu activitats fora de la vostra seu, de quin caràcter són?

Networkings i jornades més excepcionals, com la Nit de les Empreses.

Estes activitats, tant dins com fora la seu, podrien ser d'interés a fora la seu, com a associats que no poden assistir, altres demarcacions o el públic en general?

Sí, són de caràcter empresarial, però obertes a associats i empreses en general del territori i altres de la província.

Pagaríeu per disposar d'un local preparat per a retransmetre per streaming estes activitats a tothom o a qui considereu mitjançant invitació?

En principi no.

Participaríeu o coorganitzaríeu trobades empresarials amb el local?

En principi no.

Víctor Montecino Valls

Juny de 2023