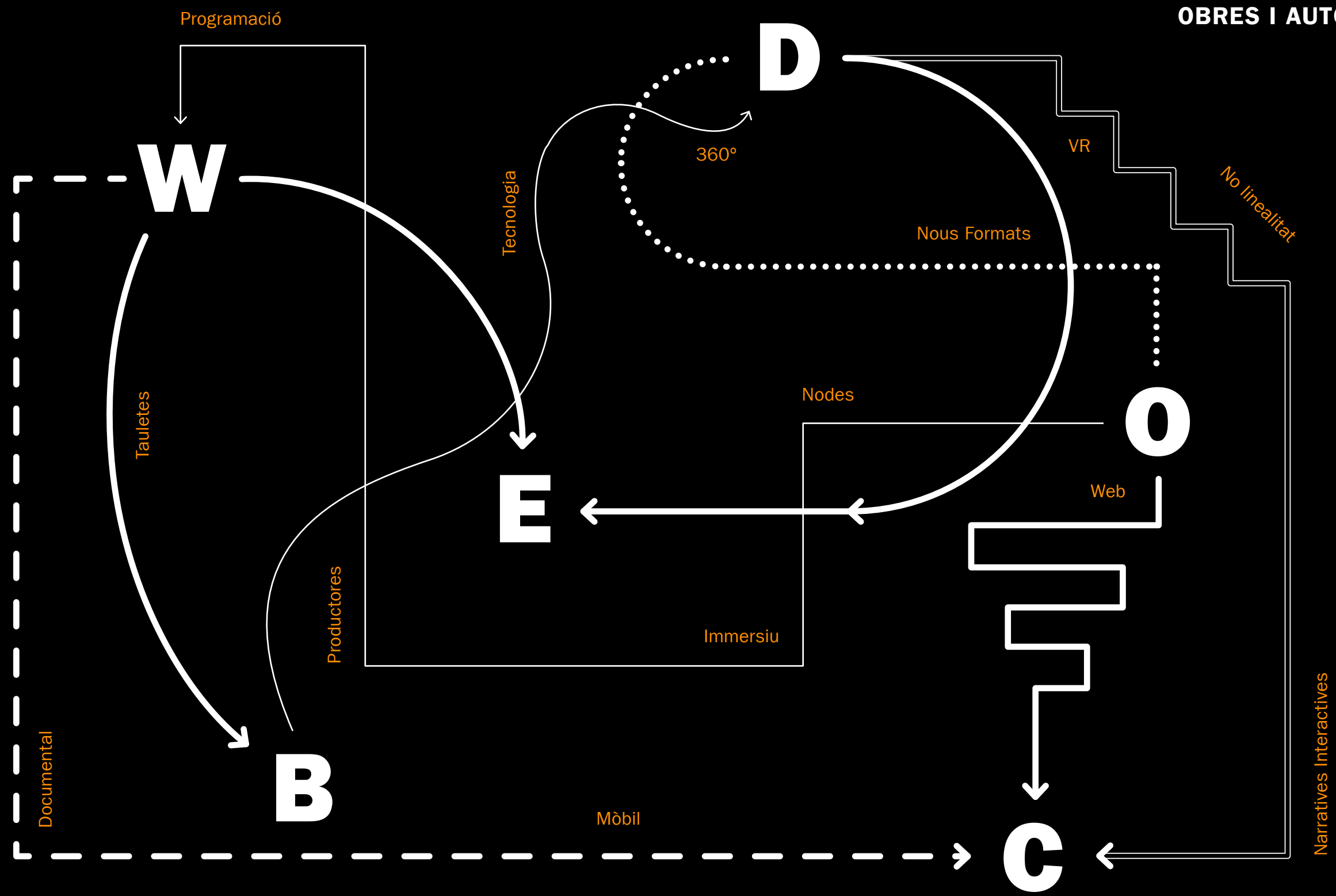


**RADIOGRAFIA  
DEL WEBDOC  
A CATALUNYA.  
OBRES I AUTORS**



2007 — 2016

**Grup d'investigació DigiDoc**

**Universitat Pompeu Fabra**

Roc Boronat, 138, desp. 53.802

08018 Barcelona

[www.upf.edu/digidoc/](http://www.upf.edu/digidoc/) | [rafael.pedraza@upf.edu](mailto:rafael.pedraza@upf.edu)

**Sèrie Editorial DigiDoc**

<https://portal.upf.edu/web/digidoc/editorial-digidoc>

**Forma recomanada de citació**

Sora, Carles (editor). Radiografia del webdoc a Catalunya. Obres i autors. Barcelona: Departament de Comunicació (Universitat Pompeu Fabra). Sèrie Editorial Digidoc, 2016.

**Sèrie Editorial DigiDoc**

Un informe de la col·lecció *Proyecto Comunicación Interactiva*: "Creación y contenido interactivo en la comunicación de información audiovisual: audiencias, diseño, sistemas y formatos". CS02015-64955-C4-2-R (MINECO/FEDER), Ministerio de Economía y Competitividad (España).  
NS PCI03/2016

**Carles Sora** és doctor en mitjans digitals, investigador del grup DigiDoc i professor del Departament de Comunicació de la Universitat Pompeu Fabra. La seva recerca està centrada en nous formats interactius audiovisuals i en la cultura digital. Ha realitzat i participat en diversos projectes interactius culturals.

<http://gci.upf.edu/>

<http://orcid.org/0000-0003-2761-2384>

[carles.sora@upf.edu](mailto:carles.sora@upf.edu)

Edició i coordinació: **Carles Sora Domenjó**

Producció: **Natàlia Morales Arcos**

Disseny gràfic: **[www.workshop.es](http://www.workshop.es)**

Els textos del document es distribueixen sota una llicència: **Reconeixement 4.0 Internacional Creative Commons.**

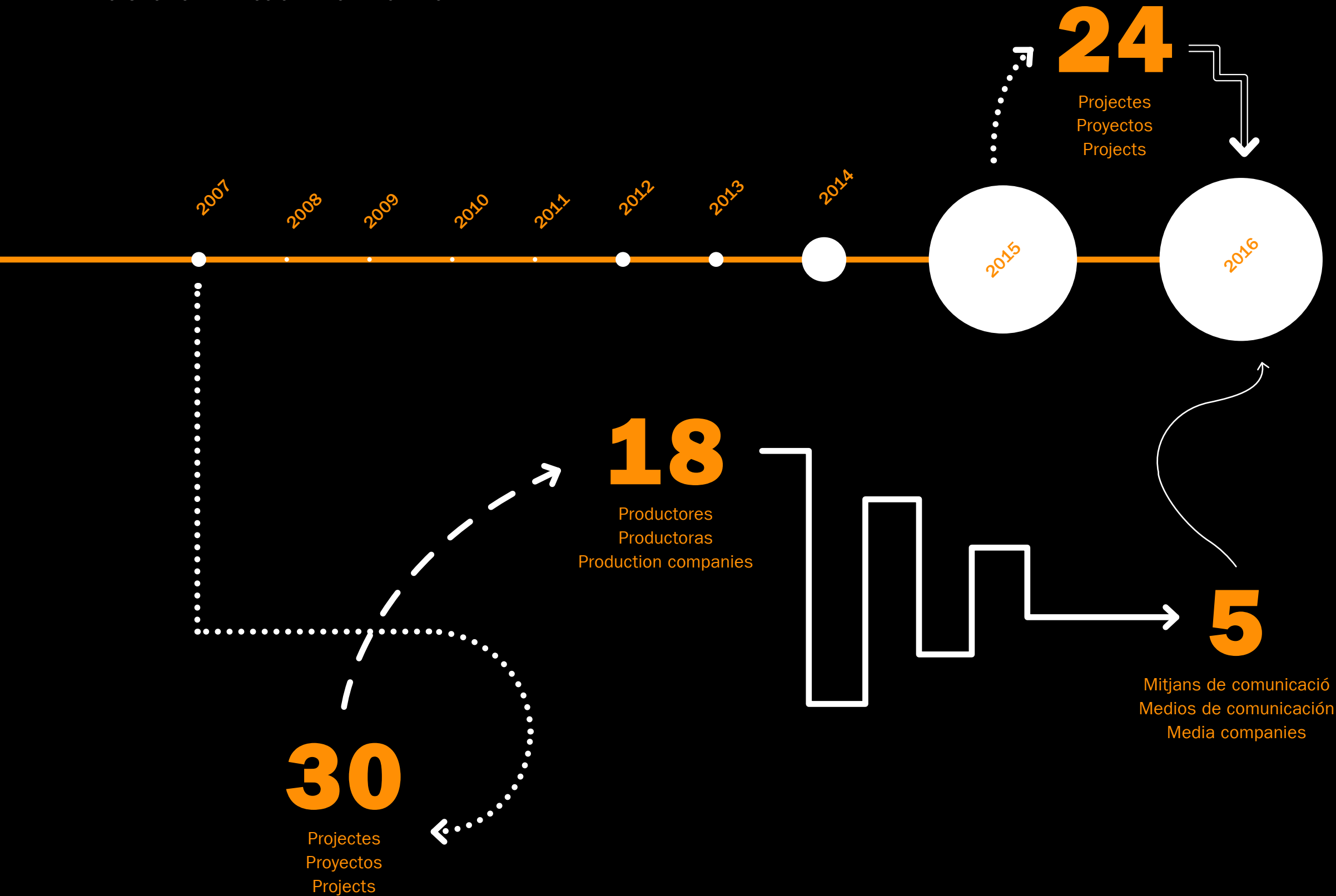


Aquest estudi s'ha realitzat gràcies a un ajut PlaQUID 2015-2016 del Centre per a la Qualitat i Innovació Docent, i a la Facultat de Comunicació, de la Universitat Pompeu Fabra.



Document editat l'octubre de 2016.

EVOLUCIÓ DE LA CREACIÓ DE WEBDOCS A CATALUNYA  
EVOLUCIÓN DE LA CREACIÓN DE WEBDOCS EN CATALUNYA  
THE EVOLUTION OF WEBDOC CREATION IN CATALONIA





# C



## PIONERS DEL NOU AUDIOVISUAL DIGITAL

Els webdocs són un format audiovisual emergent que (ara mateix) engloba nous gèneres, com el del documental interactiu o el reportatge multimèdia, i que està fent-se un espai dintre del sector. Hem cregut necessari compartir aquest directori de projectes, productores i autors per visualitzar la feina rellevant, gairebé militant, d'alguns dels autors catalans que, després d'observar atentament el que s'està fent fora, han decidit obrir camí aquí també. Us oferim doncs un primer llistat dels 30 webdocs i les seves productores associades que hem trobat, assumint que pel camí ens n'hauréem pogut deixar algun.

La voluntat de fer una radiografia de la producció de webdocs a Catalunya és la de tenir, per una banda, una fotografia que congeli un instant concret per poder veure com evoluciona amb el temps; i per l'altra, la de poder observar internament quin n'és l'estat. Així doncs, el que teniu en aquest document és una part, la més divulgativa, de l'estudi que hem realitzat amb la informació que els autors ens han facilitat.

En l'índex cronològic d'obres podreu veure d'un cop d'ull com s'ha passat de realitzar de dues a deu obres anualment en només tres anys. I mirant les fitxes dels projectes podreu observar també la diversitat de pressupostos, estratègies de difusió, coproduccions, equips vinculats i suports utilitzats (web, dispositius mòbils i vídeos 360°). Segur que de tots i cada un d'ells podrem treure'n idees per a noves produccions.

Durant els últims anys hem pogut detectar que en l'entorn català, de la mateixa manera que en l'internacional, hi ha hagut una eclosió en el nombre de webdocs, i en l'interès per part d'autors, acadèmics i mitjans de comunicació. Sembla innegable que aquest format ha arribat per quedar-se, de la mateixa manera que la resta de finestres digitals. Una prova d'això és la inclusió d'aquests nous formats dintre d'alguns festivals de documental europeu (IDFA, Docs Barcelona, Sheffield Doc/Fest, etc.), l'aparició de línies de suport institucional local, o la inclusió d'aquestes produccions en plans d'estudis universitaris.

Amb l'entusiasme de creure que aquests projectes poden representar una línia de renovació de l'audiovisual digital, volíem participar d'aquest moment singular en què s'està dirigint la mirada de l'espectador cap a una experiència individualitzada del cinema. Una mirada que pretén crear un vincle empàtic amb les imatges a partir de la tria dels recorreguts i les accions de l'espectador, de la construcció d'una trama que resulta única i inacabada en cada visualització.

Carles Sora. [www.csora.cat](http://www.csora.cat)  
Professor del Departament de Comunicació de la Universitat Pompeu Fabra, i dissenyador d'interactius.  
Ha participat en el disseny del webdoc "[Amb títol](#)".





## PER QUÈ FEM DOCUMENTALS WEB?

Aquesta pregunta ens l'hem fet i ens l'han fet moltes vegades al llarg del complicat procés que ha estat el disseny i la producció d'“Orgull de Baix”, com se l'hauran fet també els responsables dels altres webdocs que apareixen en aquest estudi.

Trenta documentals web produïts a Catalunya és un xifra notable de projectes, sobretot si tenim en compte la minúscula aposta de recursos per al desenvolupament d'aquests formats a casa nostra (l'ICEC ha inclòs per primera vegada el documental interactiu en les dues darreres convocatòries d'ajuts al desenvolupament; mentre la CCMA va resoldre el 2015 la seva primera convocatòria per a documentals interactius amb una escassa dotació pressupostària i de moment no l'han repetit).

Els equips que hem treballat per fer realitat aquests webdocs som professionals inquiets que no volem esperar més per a explorar les possibilitats que la tecnologia digital aporta a la narració documental. Si l'escenari per al suport i la difusió d'aquests treballs no és l'adiant, ens l'hem d'inventar, i és el que estem fent. Ens inventem d'on treure els diners, invertim incomptables hores de treball no remunerat per a desenvolupar prototips, testejar-los i analitzar com hi respon l'audiència. Estem descobrint noves necessitats de perfils professionals, autoformant-nos i formant els qui col·laboren amb nosaltres. Estem fent R+D+I audiovisual a l'estil “guerrilla”.

Si els creadors de documentals sempre hem treballat moguts per un impuls de col·laborar en la transformació de la realitat, no podem ignorar l'oportunitat que la tecnologia digital aporta per a explorar vies d'implicació i participació més grans amb l'audiència. Comença a ser obsolet pensar només en documentals a l'estil clàssic, que no tinguin cap més desenvolupament narratiu en una altra plataforma que la tradicional peça de 27', 53' o 90' minuts per a televisió o cinema. De cara a l'economia i la sostenibilitat del sector, és també una qüestió a plantejar-se seriosament. Cal descobrir maneres noves de rendibilitzar l'esforç i el cost de producció dels nostres documentals perquè tinguin noves vides, noves utilitats, perquè serveixin a l'audiència a la qual retraten o van destinats, i el plantejament transmèdia obre moltes possibilitats en aquest sentit.

Fem documentals web perquè no volem quedar-nos a la cua d'un dels fenòmens creatius més importants que s'està produint internacionalment. No podem garantir audiències ni tenim respostes. Ens estem fent preguntes per descobrir solucions que ens permetin navegar en aquests escenaris nous. Estem generant coneixement de valor en un sector que està en plena transformació. I algú hauria de preocupar-se per a garantir que ho puguem continuar fent.

*Isabel Fernández, creadora i productora d'“Orgull de Baix”, directora i productora executiva a Al Pati Produccions.*

## 2007

**GUERNICA, PINTURA DE GUERRA** ..... p.7

## 2012

**CYBORG PROJECT** ..... p.9

## 2013

**CUENTOS DE VIEJOS** ..... p.11

## 2014

**V.O.S.E.** ..... p.14

**TOTS ELS GOLS DE LEO MESSI** ..... p.16

**LAS FRONTERAS** ..... p.18

## 2015

**EL TREN FANTASMA DE ÁFRICA** ..... p.20

**CONGOST, VIST PEL CONGOST** ..... p.22

**CONNECTING AFRICA** ..... p.24

**LAS SINSOMBRERO** ..... p.26

**ARIADNA** ..... p.28

**EL SWISSLEAKS DE FALCIANI** ..... p.30

**FARSELONA** ..... p.32

**9N, LA REVOLTA DE LES URNES** ..... p.34

**AMB TÍTOL** ..... p.36

**ASIABCN** ..... p.38

**VERTICAL/HORIZONTAL** ..... p.40

## 2016

**COME/IN/DOC** ..... p.42

**IMPACIENTE** ..... p.44

**“MY FRIEND”, ESPECIAL 360°** ..... p.46

**PERQUÈ CATALUNYA CREMA** ..... p.48

**LA VAMPIRA DEL RAVAL** ..... p.50

**DETRÁS DEL PARAÍSO** ..... p.52

**SEXE, MARAQUES I CHIHUAHUES** ..... p.54

**TIRABIRAK** ..... p.56

**PROJECTE FAM** ..... p.58

**ORGULL DE BAIX** ..... p.60

**TEATRODENTRO** ..... p.63

**INVISIBLES** ..... p.65

**PARKCELONA** ..... p.67

\*

**ÍNDIX DE PRODUCTORES,** ..... p.69

**PRODUCTORS INDEPENDENTS**

**I MITJANS**



# Guernica

# 30

Història d'un quadre

# G

un símbol  
contra la guerra

[www.tv3.cat/30minuts/guernica](http://www.tv3.cat/30minuts/guernica)

## Guernica, pintura de guerra

Direcció documental interactiu: **Ferran Clavell**  
Continguts i disseny d'interacció: **Adrià Serra**  
Continguts documental TV: **Ramon Vallès i Santiago Torres**

Productora: **Corporació Catalana de Mitjans Audiovisuals**

Orientació temàtica: **Història de la Guerra Civil Espanyola**

Calendari de producció: **Any 2006**

Data de publicació: **Gener 2007**

Pressupost: **65.000€**

Plataformes: **TV, TDT, Media Center i Web**

Públic objectiu: **Públic interessat per la història de la Guerra Civil Espanyola**

## La composició



**F**a 80 anys, l'aviació alemanya a les ordres de Franco va bombardejar Guernica, la ciutat sagrada dels bascos. El brutal atac va inspirar Picasso per pintar una obra mestra, "Guernica". Des d'aleshores, aquest quadre s'ha convertit en un crit universal contra la barbàrie de la guerra.

Amb "Guernica, pintura de guerra", Televisió de Catalunya inicia una experiència innovadora en televisió: el documental interactiu. Aquesta iniciativa combina la llarga experiència del "30 minuts", el programa de referència de grans reportatges i documentals del servei informatiu de TV3, amb les aplicacions interactives d'última generació desenvolupades per la CCRTV interactiva.

### Finançament

Corporació Catalana de Mitjans Audiovisuals.

### Estratègia de difusió

Al tractar-se d'un producte per a la televisió interactiva la difusió va ser principalment pel propi mitjà, la televisió. A més a més, els diferents formats del transmèdia serveixen com a estratègia de difusió del producte.

### Impacte del producte

Reconeixement a la premsa. "Guernica, pintura de guerra" va ser nominat als Digital Emmy Awards l'any 2008, així com també diferents guardons als Estats Units: dos als Horizon Interactive, a Indiana, i tres medalles als premis Promax de Nova York. Entre altres guardons rebuts al documental lineal.

Descobrint e



[www.cyborgproject.com](http://www.cyborgproject.com)

## Cyborg Project

Direcció: **Roger Soldevila**

Producció: **Arnau Gifreu**

Disseny: **Raymond Lagonigro, Josep Cumeras  
i Roger Soldevila**

Programació: **Raymond Lagonigro i Josep Cumeras**

Productora: **Espill Media**

Orientació temàtica: **Ciborgs**

Calendari de producció: **24 mesos**

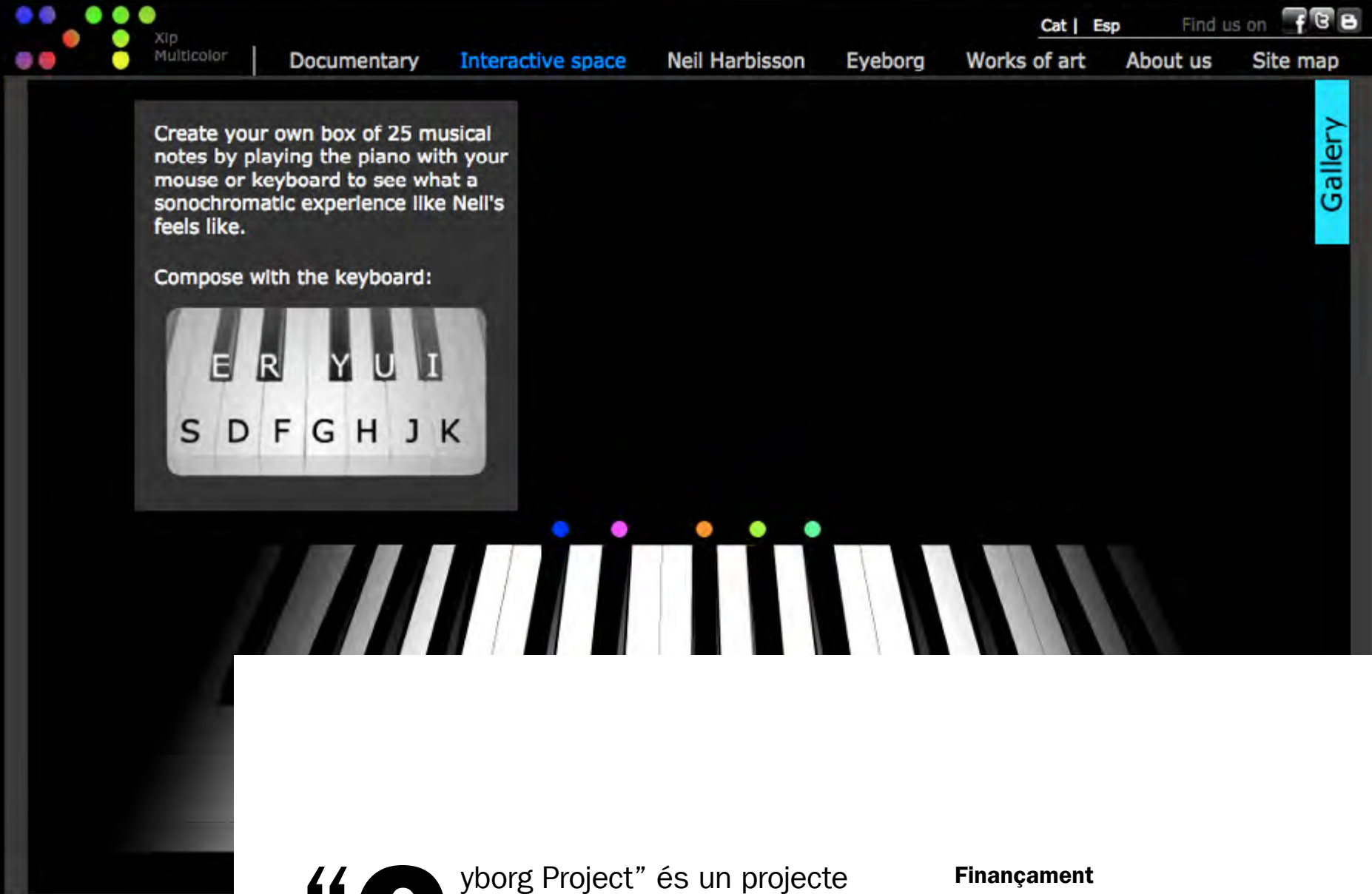
Data de publicació: **2012**

Plataformes: **Web, Eyeborg App, EyeD App.**

Públic objectiu: **D'interès general. Dirigit a**

**conscienciar del canvi social de les noves tecnologies  
a la societat.**

Interactive Documentary



“**C** yborg Project” és un projecte multiplataforma que recrea de diferents maneres, utilitzant la tecnologia, l'experiència de no percebre els colors. Les diferents parts del projecte tenen com a objectiu convidar l'usuari a experimentar diferents formes de percebre i relacionar-se amb el món de color i aprendre sobre com es poden augmentar els sentits i capacitats mitjançant la creació i aplicació d'extensions cibernètiques al cos humà.

#### **Finançament**

Espillmedia i Mapa Sonor.

#### **Estratègia de difusió**

Xarxes socials, facebook especialment, boca orella, difusió en premis europeus, projecte transmèdia.

#### **Impacte del producte**

Hi ha hagut difusió en blogs d'ensenyament, el documental ha estat utilitzat com a complement didàctic en escoles. El fet de sortir seleccionats als premis European Youth Award li ha donat una visibilitat molt més ampla que ha fet que mitjans de comunicació i interessats en la matèria s'hagin posat en contacte amb els autors del treball.





[www.cuentosdeviejos.com](http://www.cuentosdeviejos.com)

## Cuentos de viejos

Direcció: **Marcelo Dematei, Carlos Smith, Laura Piaggio i Anna Ferrer**  
Producció: **Carlos Smith**

Productora: **Piaggiodematei**

Orientació temàtica : **Diàleg intergeneracional**

Calendari de producció: **Nou mesos. El contingut s'amplia any rere any**

Data de publicació: **Setembre 2013**

Pressupost: **56.000€ per a la producció, ampliat en l'actualitat pel seguiment del projecte**

Plataformes: **TV, web, app, projectes docents**

Públic objectiu: **Familiar**





# CUENTOS DE VIEJOS

Transmedia Collaborati  
Documental colabor



“**C**uentos de Viejos” és un documental col·laboratiu que proposa una experiència transmèdia a través de la televisió, internet, la llar i/o l'escola. Una experiència que pot començar mitjançant la sèrie documental animada, o la web col·laborativa, o a través d'un projecte escolar. Amb aquesta experiència s'espera establir un diàleg intergeneracional, donar veu a la gent gran, integrar els seus relats als mitjans contemporanis i reflexionar sobre la nostra història, la nostra memòria.

El projecte col·lecciona i organitza petites històries personals de gent gran, records d'infància i una versió anònima de la història. La web proposa explorar, comentar i relacionar les diferents històries, però a més a més, proposa la recerca de nous relats i incita a compartir-los.

#### Finançament

RTVC (Señal Colombia).

#### Coproducció

L'acord de coproducció s'ha firmat entre les productores Piaggiodematei i HierroAnimación amb la televisió pública colombiana RTVC Señal Colombia amb una aportació del 50% del pressupost total.

En el transcurs del 2015 es va firmar un acord de col·laboració amb Untrafmedia (Argentina) per al desenvolupament de l'app i s'espera renovar-lo per a l'actualització i ampliació.

#### Estratègia de difusió

Difusió coordinada a les xarxes socials i al mateix canal de televisió. No obstant això, la tv està pensada per a ser l'element que dóna màxima visibilitat al projecte. Alhora, en tractar-se d'un projecte transmèdia la difusió ve donada per les plataformes de les quals es nodreix: sèrie animada per tv (tres temporades), webdoc col·laboratiu (actiu des de l'any 2013), app (des de l'any 2016) i tallers presencials autogestionats o organitzats.



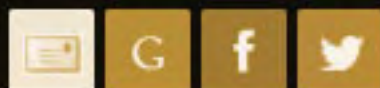


### **Impacte del producte**

La sèrie de TV ha sigut un dels productes de major audiència del canal, cosa que ha estat motiu de menció en diversos articles de premsa i programes dedicats especialment a reunir els comentaris de l'audiència.

La web ha rebut pics d'activitat coincidint amb els inicis de temporada i els concursos i convocatòries específics de participació. També se n'ha enregistrat un creixement gràcies a l'ús del material des de centres educatius.

El 50% dels usuaris de la web són d'origen colombià, encara que hi ha registres significatius d'usuaris provinents d'Espanya, Mèxic, els EUA i Argentina. La mitjana de temps per sessió és de tres minuts, la qual cosa és significativa, ja que és la durada màxima de les històries allotjades a la web. Hi ha hagut una participació per part de l'audiència enviant al voltant de 400 històries, vuit de les quals s'han transformats en capítols de la sèrie.



[www.vosedoc.com/es](http://www.vosedoc.com/es)

## V.O.S.E.

Direcció: **Rosario González**

Disseny: **Roc Albalat**

Programació: **Pau Artigas**

Conceptualització i disseny interactivitat: **Marcel Pié, Roc Albalat i Pau Artigas**

Productora: **UAB - Máster en Teoría y Práctica**

**del Documental Creativo & Taller Estampa**

Orientació temàtica: **Cinema**

Calendari de producció: **11 mesos**

Data de publicació: **Juliol 2014**

Pressupost: **20.000€**

Plataformes: **Web, mòbil**

Públic objectiu: **Adults interessats en els jocs seriosos d'entre 25 i 44 anys.**





“**V**.O.S.E.” (Versión Original Subtitulada en Español) és un documental interactiu que juga amb la possibilitat de reinterpretar imatges documentals utilitzant subtítols cinematogràfics. El documental fa visible de manera lúdica el que per definició ha de passar inadvertit.

Mitjançant el vídeo i un conjunt d'interactius lúdics es permet a l'usuari experimentar amb els sentits que genera la barreja d'imatges i subtítols.

#### **Finançament**

Màster Documental de Creació UAB.

#### **Estratègia de difusió**

Xarxes Socials.

#### **Impacte del producte**

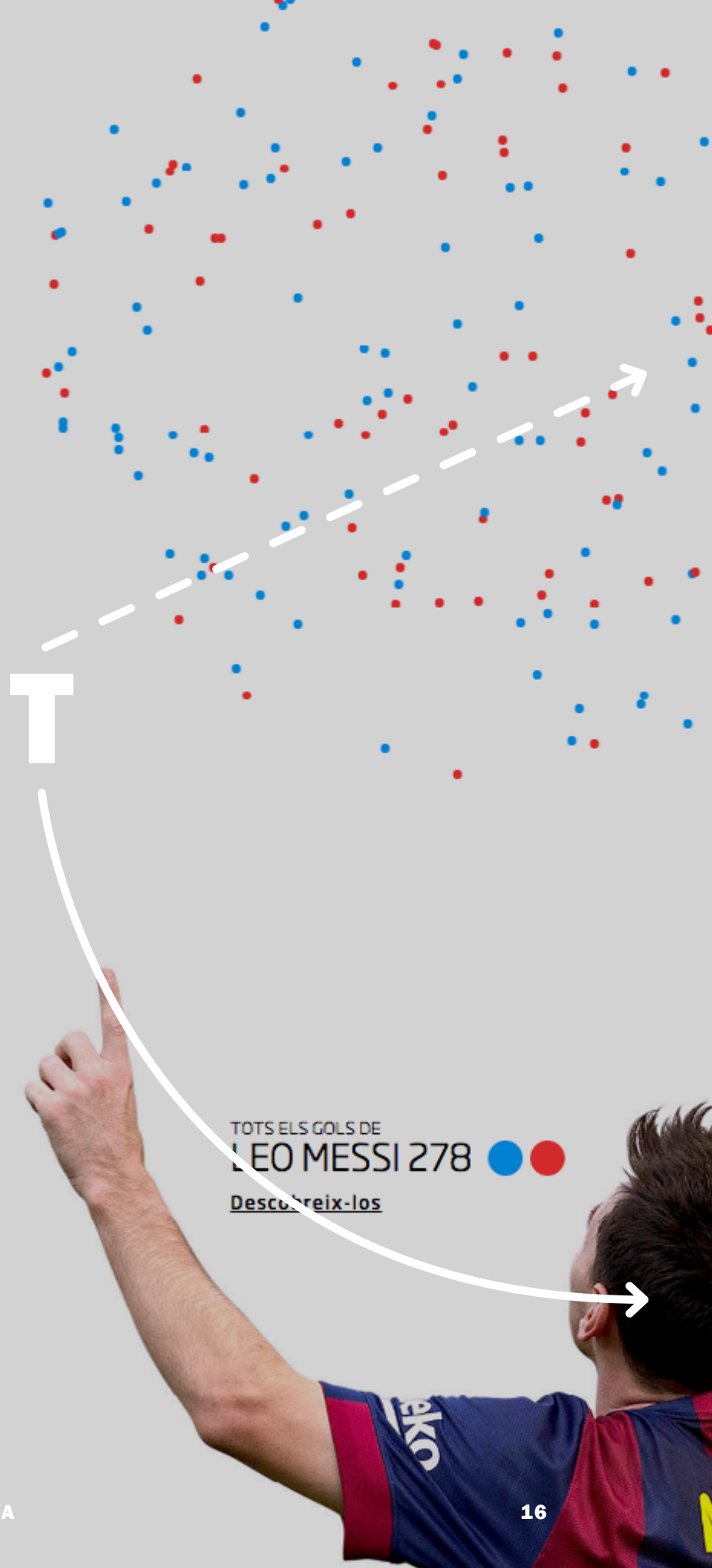
Primer i únic projecte espanyol seleccionat per a la secció competitiva de l'IDFA DocLab de “Storytelling” Digital del 2014. Si es visualitza tot el projecte, l'experiència duraria al voltant dels 20 minuts.

7.990 sessions

5.885 usuaris

19.952 pàgines vistes

4:28 minuts de mitjana de les visites



[interactius.ara.cat/  
messi/ca](http://interactius.ara.cat/messi/ca)

## Tots els gols de Leo Messi

Redacció: **Toni Padilla**  
Tecnologia: **Idoia Longan**  
Disseny: **Ricard Marfà**

22/11/2014  
MÀXIM GOLEJADOR DE  
LA HISTÒRIA DE LA L.LIGA

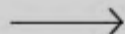
TOTS ELS GOLS DE  
**LEO MESSI 278** ●●  
[Descobreix-los](#)

Productora: **Diari ARA. Interactius + araData**  
Orientació temàtica: **Futbol**  
Calendari de producció: **3 setmanes**  
Data de publicació: **Novembre 2014**  
Plataformes: **Web**  
Públic objectiu: **Lectors de l'ARA, fans del futbol en general i de Messi**



LEO MESSI 278 ●●

Descobreix



**TOTS ELS GOLS**

EQUIPS + GOLEJATS

PORTERS + GOLEJATS

ASSISTÈNCIES

ALTRES GOLEJADORS



**E**s preveia que el futbolista del Barça Leo Messi superaria el rècord de gols marcats per un sol jugador a la lliga espanyola (vigent des del 1955). Davant de la fita es va proposar fer un repàs a aquesta trajectòria i detallar cada un d'aquests gols. La solució gràfica és un infogràfic interactiu que permet visualitzar, en primer terme, quan (per temporades) i on (local o visitant) es van fer els gols. En un segon nivell de lectura es poden saber més detalls tècnics sobre cada gol. La part interactiva permet als lectors filtrar les diferents dades i extreure'n conclusions.

#### **Finançament**

Diari ARA.

#### **Estratègia de difusió**

A través de la pròpia web del diari i dels seus canals socials.

#### **Impacte del producte**

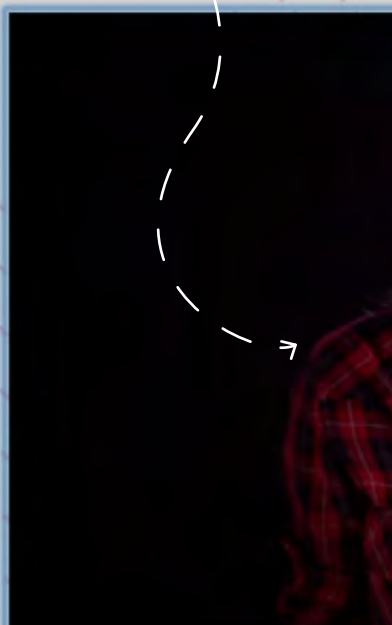
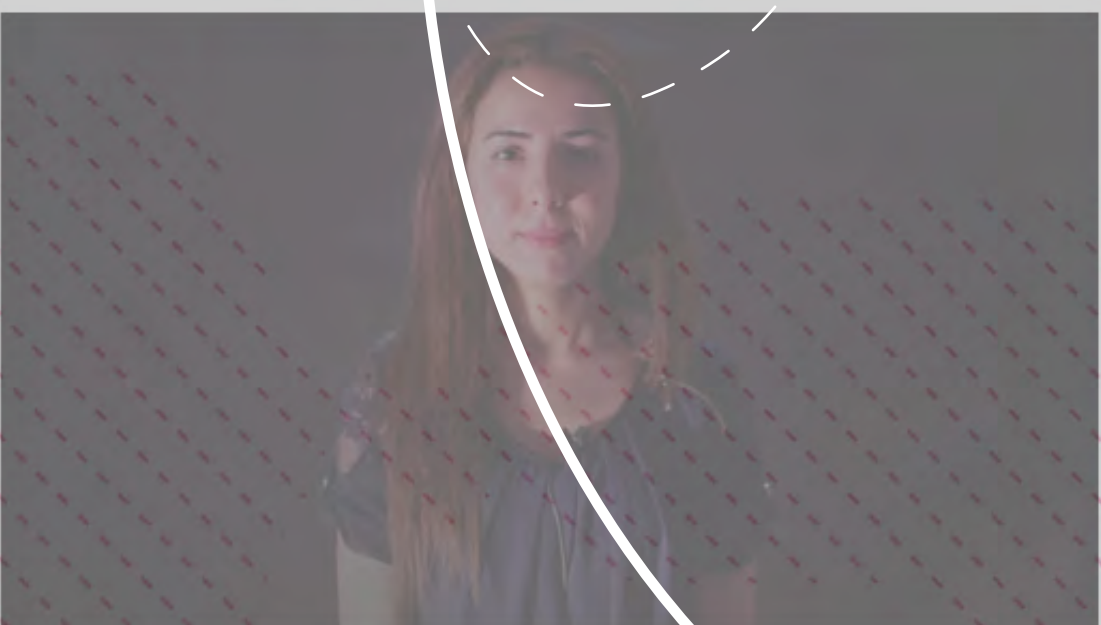
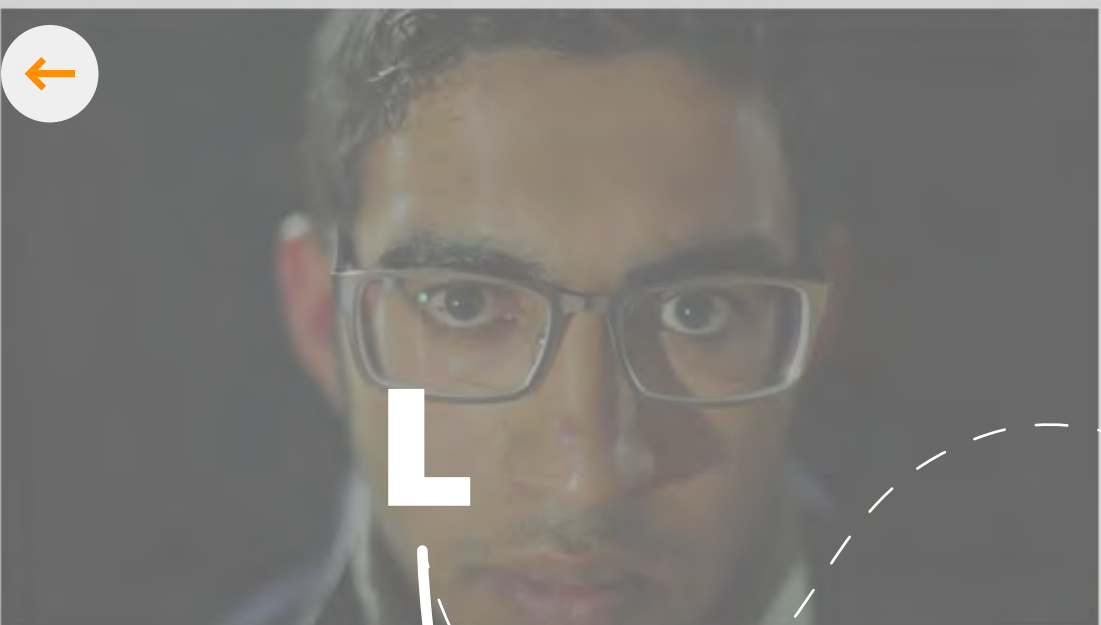
Degut al format, va tenir molt d'èxit a twitter, especialment entre professionals i aficionats de la infografia. També entre seguidors del futbolista. Messi (en tres idiomes):

Català: 11.501 visites a pàgines, 9.414 pàgines vistes úniques.

Anglès: 9.073 visites a pàgines, 7.739 pàgines vistes úniques.

Castellà: 1.450 visites a pàgines, 1.187 pàgines vistes úniques.

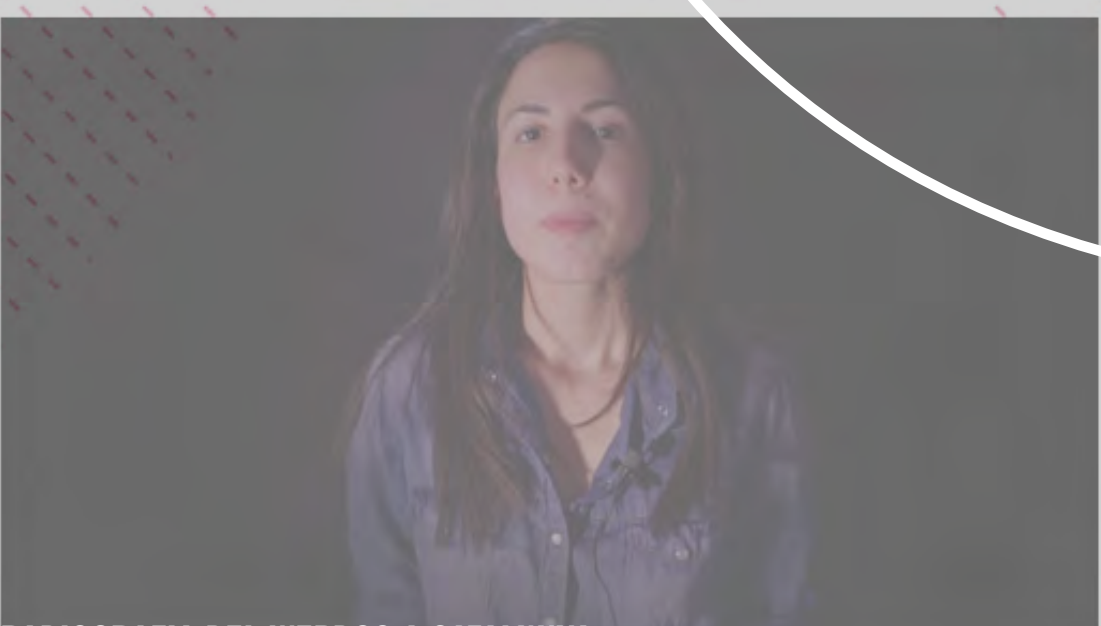
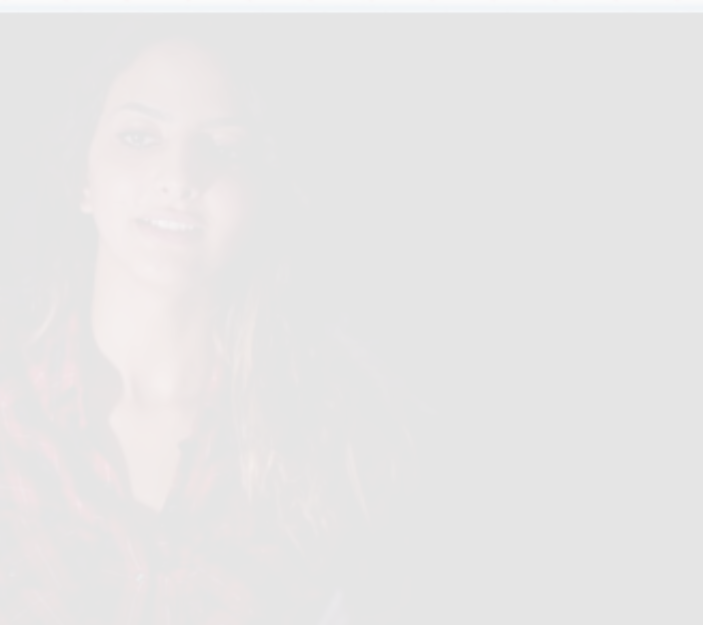




[www.gusano.org/  
lasfronteras/es](http://www.gusano.org/lasfronteras/es)

**Las fronteras**

Direcció: **Jorge Caballero**  
Edició i fotografia: **Xavier Gil**



Productora: **Gusano Films, Taller Estampa**  
Orientació temàtica: **Immigració**  
Calendari de producció: **7 mesos**  
Data de publicació: **Desembre 2014**  
Pressupost: **8.000€**  
Plataformes: **Web**  
Públic objectiu: **Joves d'entre 16 i 22 anys d'Espanya**





“Las Fronteras” és un webdoc sobre la immigració del nord d'Àfrica d'adults joves posterior a la crisi del 2008 pensat en tres parts: passat, present i futur. El passat relata, a través del còmic interactiu, l'arribada a Barcelona de l'Abdel i la Fàtima. El present explica, mitjançant un recorregut geolocalitzat, com és la vida diària de l'Abdel i la Fàtima. I per últim, el futur el conformen una sèrie de videoretrats sobre les perspectives de futur de diversos immigrants. El projecte es va realitzar de manera col·laborativa entre un col·lectiu d'immigrants i els creadors.

**Finançament**

Beca de la Fundació La Caixa per a la millora social.

**Estratègia de difusió**

Només xarxes socials.

**Impacte del producte**

No hi ha impacte social concret, el webdoc es va emmarcar molt en un projecte educatiu per a joves.





[reportajes.lavanguardia.com/africa/](http://reportajes.lavanguardia.com/africa/)

## El tren fantasma de África

Text: **Xavier Mas de Xaxàs**

Fotografia i vídeo: **Poldo Pomès**

Conceptualització i coordinació del projecte:

**Ismael Nafria, Carlos González i Jordi Canyissà.**

E

Uganda: el t...

Productora: **La Vanguardia**

Orientació temàtica: **Neocolonialisme africà**

Calendari de producció: **2 mesos**

Data de publicació: **Febrer 2015**

Plataformes: **Web**

Públic objectiu: **Adults**







**L**a Xina construeix el ferrocarril que ha d'accelerar el progrès de Kenia, Uganda, Sudan del Sud i Ruanda. El projecte, no obstant, també és vist com un exemple més del capitalisme extractiu de la Xina a l'Àfrica, un neocolonialisme que beneficia a les èlits deixant de banda a la població.

**Finançament**

Bill & Melinda Gates; European Journalism Center.

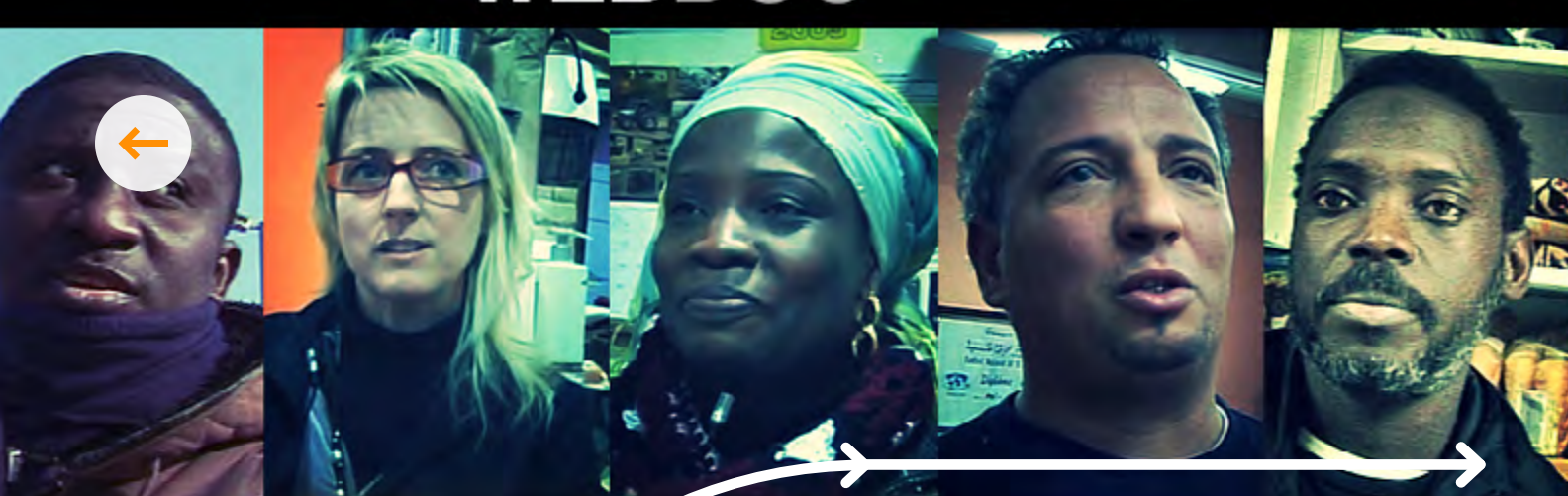
**Estratègia de difusió**

Publicació a la pàgina web, difusió per xarxes socials i edició impresa.

**Impacte del producte**

Ha servit per obrir una nova línia de reportatges multimèdia, que seguim mantenint en formats en ocasions menys ambiciosos.





**LOS PERSONAJES:** El documental es un recorrido por el barrio de Congost a través de la mirada de Saccou Cissé, un senegalés, habitante del barrio, que nos conduce por el universo intercultural del barrio más africano de Barcelona. Los personajes guían al espectador por los diferentes espacios del barrio, presentan sus amigos y vecinos y van explicando cómo se detiene la cámara, para contagiarse de las costumbres y el colorido multicultural de sus calles y plazas.

Documental Interactivo-Transmedia sobre el barrio el Congost, en la provincia de Barcelona, España.  
Una mirada a la interculturalidad.

C

Tú decides como quieres navegar



Inicio Nodos Mapa Timeline Créditos

[www.webdoctransmedia.com](http://www.webdoctransmedia.com)

## “Congost vist pel Congost”, un projecte documental transmèdia

Direcció: **Carlos Obando Arroyave**

Realització: **Grupo Motor**

Producció: **Pla de barris Congost, Bon Veinatge Serveis Socials, Ruido Photo (Fotomatón), Radio 7 Valles - Paco Portero (Bambarakatunga)**

Productor: **Carlos Obando**

Orientació temàtica: **Arrels, comunitat**

Calendari de producció: **18 mesos**

Data de publicació: **Maig 2015**

Pressupost: **6.000€**

Plataformes: **Llibre en paper i en format digital.**

**Programa de ràdio en una emissor local. Podcast.**

**Exposicions itinerants i participatives de fotografia social. Blogs i espais virtuals per als col·lectius del**

**barri. Teatre social i participatiu. Web.**

**Públic objectiu: Joves i adults**

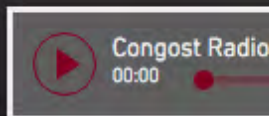




# MUSIC RADIO

Bambarakatunga es el programa de la emisora local Radio 7 Vallès (programa radial conducido por Paco Asensio como locutor explica-cuentos y Paco Portero en la Realización y Producción) donde los vecinos del barrio Congost han ido a explicar aquellas historias que se van transmitiendo de generación en generación y que forman parte de la tradición oral de sus pueblos.

Africa, Europa y Latinoamérica están presentes con sus historias contadas de abuelos a padres y luego a hijos, acompañados por historias de tradición oral y música de estos continentes. Historias que están trazadas en los testimonios del documental, pero que aquí se expanden y se exhiben en formato radial



**E**l “Congost vist pel Congost” és un projecte audiovisual transmèdia social i comunitari online i offline, realitzat pels veïns i veïnes per mostrar la seva mirada del barri i la memòria de les seves arrels ètniques i culturals, així com per construir un món narratiu amb una finalitat molt clara: l’avinentesa i el reconeixement de l’altre, a partir de la formació sociopedagògica.

### Finançament

Pla de Barris del Congost, Ajuntament de Granollers.

### Estratègia de difusió

Plataforma web i xarxes socials.

### Impacte del producte

Conferències, seminaris, tallers a Iberoamèrica per analitzar i compartir el projecte a universitats i centres culturals i comunitaris.





Unas 340 millones de personas no tienen acceso a agua potable y más de 600 millones no tienen conexión a Internet.



[especiales.elperiodico.com/connecting-africa-desarrollo](http://especiales.elperiodico.com/connecting-africa-desarrollo)

## Connecting Africa

Direcció: **Angelo Attanasio i Jerónimo Giorgi**

Producció: **Quim García**

Disseny i programació: **Àlex Poderoso**

El siglo XXI, sin embargo, trajo consigo cierto cambio de la mano del desarrollo tecnológico. El ecosistema móvil ha sido en estos años una importante fuente de innovación y el teléfono se ha convertido en una plataforma y una ventana al mundo.

Con una tasa de penetración del 38% y más de 330 millones de suscriptores únicos, el África subsahariana ha sido la región de más rápido crecimiento en los últimos cinco años, tanto en términos de suscriptores como de conexiones únicas.

Lentamente, África comienza a conectarse gracias a una generación de líderes que impulsan la innovación tecnológica con el fin de mejorar la calidad de vida en el continente.

Productor: **Angelo Attanasio**

Orientació temàtica: **Bretxa digital**

Calendari de producció: **8 mesos**

Data de publicació: **Juny 2015**

Pressupost: **20.000€**

Plataforma: **Web**

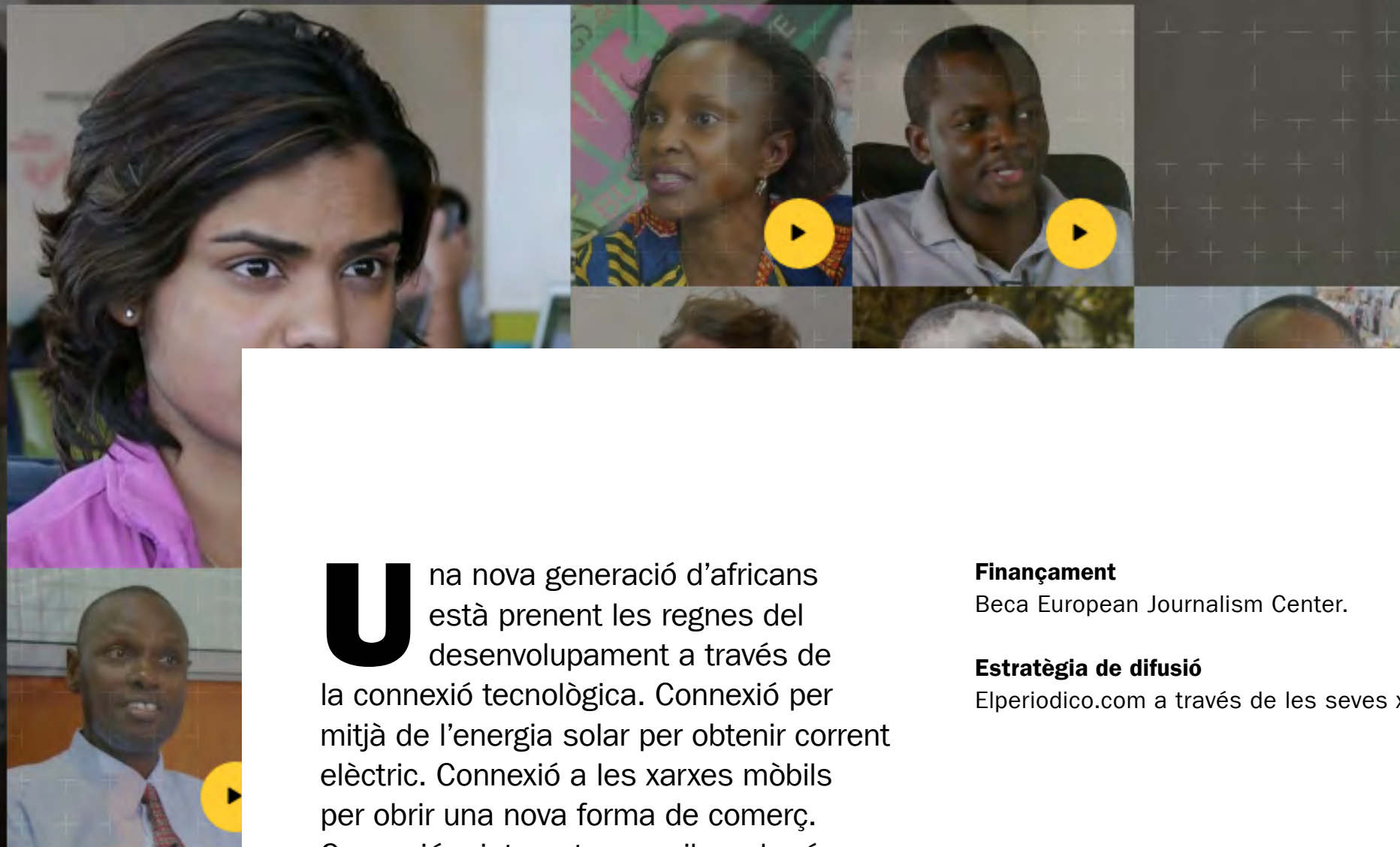
Públic objectiu: **Tots els públics, generalista**

C





# ¿Quieres saber qué significa 'Connecting Africa' para los líderes tecnológicos del continente?



**U**na nova generació d'africans està prenent les regnes del desenvolupament a través de la connexió tecnològica. Connexió per mitjà de l'energia solar per obtenir corrent elèctric. Connexió a les xarxes mòbils per obrir una nova forma de comerç. Connexió a internet per arribar al món digital. Diferents estratègies amb un objectiu comú: millorar les condicions de vida dels africans.

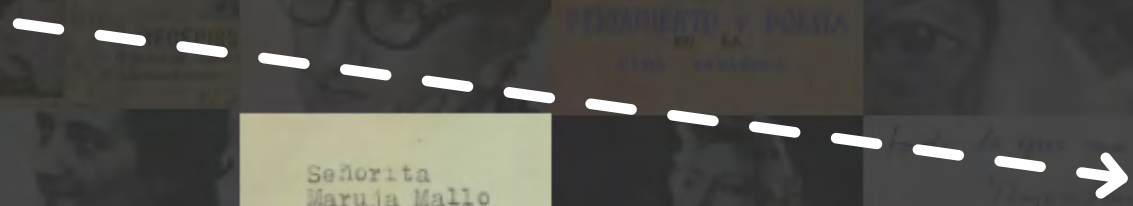
## **Finançament**

Beca European Journalism Center.

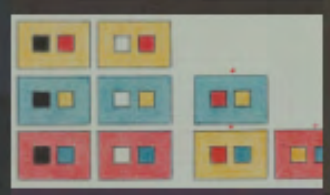
## **Estratègia de difusió**

Elperiodico.com a través de les seves xarxes.





# Maruja Mallo



Señorita  
Maruja Mallo  
CAPITAL



CONCHA MENDEZ CURTÁ  
INQUIETUDES



[www.rtve.es/  
lassinsombrero/es](http://www.rtve.es/lasinsombrero/es)

## Las Sinsombrero

Direcció: **Serrana Torres, Tània Balló i Manuel Jiménez Núñez**

Idea original: **Jorge Carrasco**

Desenvolupament interactiu i gràfic: **Taller Estampa**



Productora: **Intropiamedia**

Orientació temàtica: **Feminisme i memòria històrica**

Calendari de producció: **9 mesos**

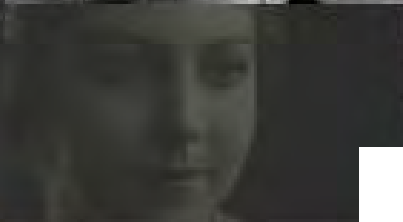
Data de publicació: **Juny 2015**

Plataformes: **TV, web, exposició, llibre**

Públic objectiu: **Públic general**



# EXPLORA MEDIA : MARÍA TERESA LEÓN



“Las Sinsombrero” és un projecte transmèdia que utilitza diferents formats i plataformes (televisió, internet, exposició i publicació) amb l’objectiu de recuperar, divulgar i perpetuar el llegat de les dones oblidades de la primera meitat del segle XX a Espanya. Des de les figures femenines de la Generació del 27 fins a totes aquelles dones que amb la seva obra, les seves accions i la seva valentia van ser i són fonamentals per entendre la cultura i la història d’un país que mai no les va reivindicar.

**Finançament**

IntropiaMedia, Yolaperdono i RTVE.

**Coproducció**

Yolaperdono i RTVE.

01:33





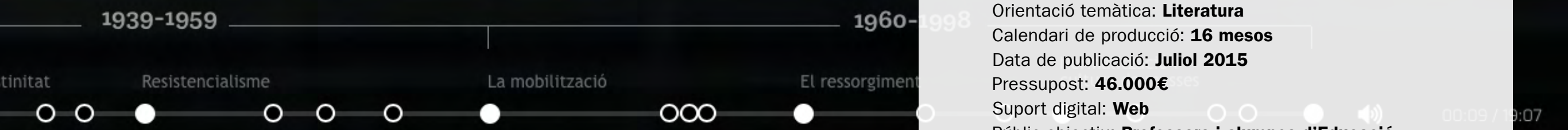
A

[www.ariadnadoc.cat](http://www.ariadnadoc.cat)

## ARIADNA. Un recorregut interactiu per la història i la literatura catalanes del segle XX.

Direcció, producció, guió: **Gemma Rodríguez**  
Direcció, diseny interactiu: **Laura Piaggio**

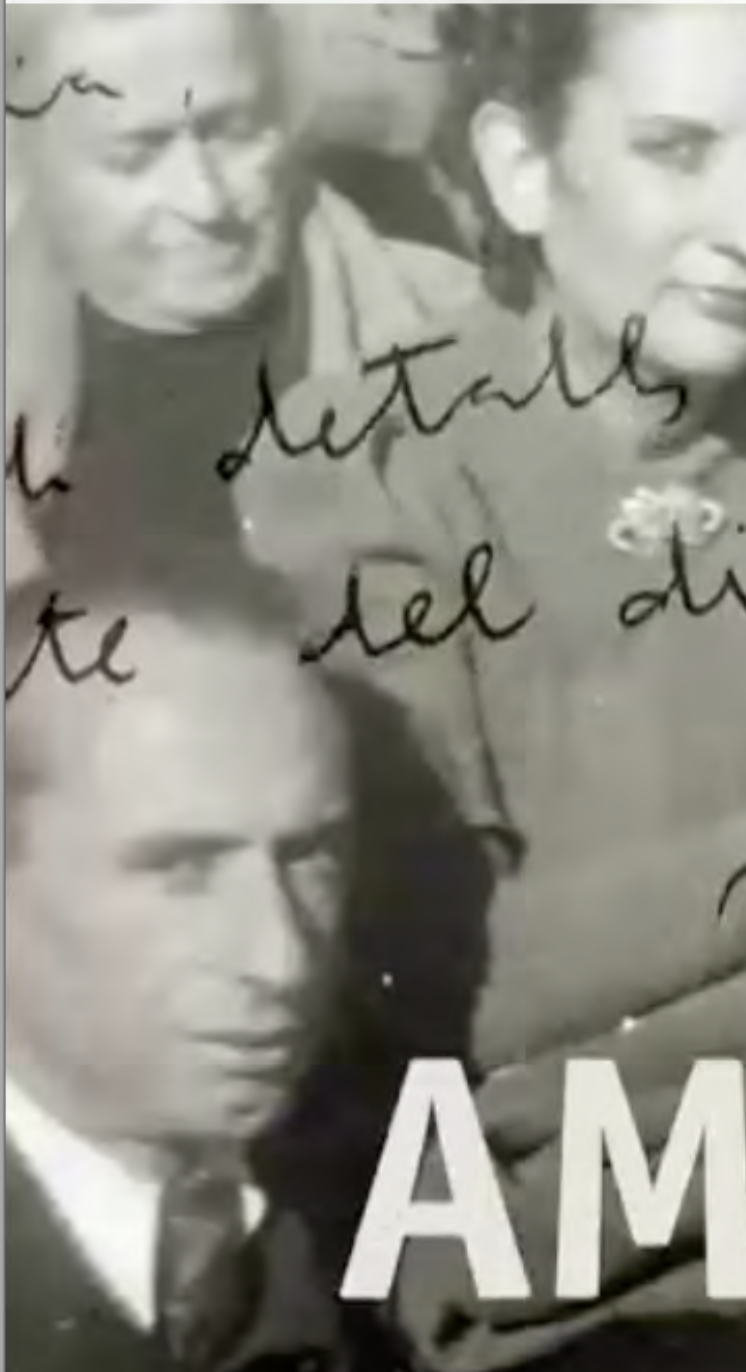
Productora: **Piaggiodematei**  
Orientació temàtica: **Literatura**  
Calendari de producció: **16 mesos**  
Data de publicació: **Juliol 2015**  
Pressupost: **46.000€**  
Suport digital: **Web**  
Públic objectiu: **Professors i alumnes d'Educació Secundària Obligatoria i Batxillerat**







Títol: Oda a Catalunya des dels tròpics  
Autor: Agustí Bartra  
Dins de: L'Arbre de foc  
Any: 1946



**A**RIADNA és un documental interactiu i una eina pedagògica que explora les relacions entre societat i literatura. L'obra dels intel·lectuals i dels escriptors és fonamental per a la construcció de la llibertat de pensament. Amb la seva obra analitzen la realitat que ens envolta i ens recorden qui som i què és essencial en la vida.

A través d'un recorregut pels principals autors de la literatura catalana del segle XX, el documental ofereix una visió global i integradora d'una part de la producció literària del segle XX a Catalunya, però també del paper dels autors en la formació d'un pensament crític, la millora de les llibertats i l'accés al coneixement. Però, a més, Ariadna és una eina pedagògica que fomenta l'aprenentatge actiu i acostava la història i la literatura a un públic jove que hi trobarà un relat més adequat a les formes actuals de recepció.

#### **Finançament**

Institució de les Lletres Catalanes (ILC): 10.800€  
Societat General d'Autors i Editors (SGAE): 4.100€  
Piaggiodematei + Gueparins: 16.900€  
Amb la col·laboració de:  
Corporació Catalana de Mitjans Audiovisuals (CCMA): 14.200€  
PEN Català  
Grup Editorial 62

#### **Coproducció**

Acord de col·laboració amb la CCMA a canvi de cesió de drets del webdoc per a la seva inclusió en el portal de la CCMA.

#### **Estratègia de difusió**

Xarxes socials, contingut recomanat pel Departament d'Ensenyament com a material didàctic en el portal xtec.gencat.cat. TV3 va difondre el contingut en alguns canals i podem trobar ressenyes en alguns blogs especialitzats. Es planteja fer trobades amb docents per seguir donant vida en les aules.

#### **Impacte del producte**

10.000 usuaris únics de parla catalana amb els pics més grans a finals del 2015 pel llençament. El 20% de les visites són retorns. El promig de permanència de la pàgina és de 2 minuts, i algunes visites arriben fins els 20 minuts. Hi ha un creixement gran d'accés desde xarxes pedagògiques i en els inicis del curs escolar.



# EL SWISSLEAKS DE EL GRAN ROBO DE DATOS

[falciani-info.arte.tv](http://falciani-info.arte.tv)

## El Swissleaks de Falciani

Autor: **Jakob Vicari**

Producció: **Tanja Schmoller**

Disseny gràfic i programació: **Jens-Uwe Grau**

Productora: **Gebrueder Beetz amb la col·laboració de Polar Star Films**

Orientació temàtica: **Frau fiscal**

Calendari de producció: **18 mesos**

Data de publicació: **Juliol 2015**

Pressupost: **76.000€**

Plataformes: **Documental, Web**

Públic objectiu: **Audiència que hagués vist el documental lineal “La llista de Falciani”, així com qui volgués saber més sobre el personatge d’Hervé Falciani i l’evasió fiscal.**

UN THRILLER FINANCIERO INTERACTIVO QUE MARCA EL FIN DEL SECRETO BANCARIO.





posen el nom de Palorva: PALomino, com el nom de la raça de cavalls preferida de Georgina, RV d' "Hervé" i A de "Georgina". Georgina concerta cites amb vuit banquers libanesos i els ofereix anàlisis de dades. El primer viatge de negocis de Palorva comença l'1 de febrer del 2008. Falciani compra dos bitllets, un per a ell i un per a la seva asistent Georgina amb la tarjeta

**E**l projecte web parteix de la fascinant història del delator Hervé Falciani per fer que el públic s'endinsi en el món del frau fiscal d'una forma amena. Combinant text, vídeo i elements interactius, l'usuari viu de primera mà com la revelació de Falciani l'afecta personalment; a més, l'usuari es confronta contínuament amb la seva pròpia actitud respecte als impostos, la traïció i la denuncia d'irregularitats.

#### **Finançament**

Gebrueder Beetz Filmproduktion, ARTE, ARD, SWR, Polar Star Films.

#### **Coproducció**

Gebrueder Beetz Filmproduktion (Alemanya), Polar Star Films (Espanya), SWR (Alemanya) en cooperació amb ARTE. Amb la col·laboració de Tv3 i La Marea.

#### **Estratègia de difusió**

Hem fet servir les xarxes socials dels comptes de Polar Star Films: Facebook, Twitter, Google+ i la newsletter. El webdoc era disponible des de la pàgina web de Tv3, que en va fer difusió quan es va projectar el documental "La llista de Falciani" al programa Sense Ficció. Així mateix, també estava disponible des del web de la Marea amb un enllaç i al web de ARTE. El webdoc està disponible en 5 idiomes, així que n'hem pogut fer força difusió.

#### **Impacte del producte**

Desde l'estrena de juny del 2015 al desembre del mateix any és van registrar un total de 25.000 visites úniques. Les visites totals fins a dia d'avui rodegen les 55.000.





[www.farselona.com](http://www.farselona.com)

## FARSELONA

Direcció: **Kika Serra i Paty Godoy**

Producció: **Mariana Veil i Juan Camilo Castillo**

Productora: **UAB - Máster en Teoría y Práctica del Documental Creativo & Taller Estampa**

Orientació temàtica: **Barcelona i la seva història**

Calendari de producció: **11 mesos**

Data de publicació: **Juliol 2015**

Pressupost: **10.000€**

Plataformes: **Web**

Públic objectiu: **Interessats en l'arquitectura, Barcelona i la seva història**





# JOSEP MARÍA GARCÍA-FUENTES

Arquitecto. Universitat Politècnica de Catalunya.

“La idea de construir un Barrio Gótico surge alrededor de 1910 como consecuencia de los daños sufridos a la apertura de la Vía L

## FARSELONA

**L**es ciutats es construeixen amb molt més que pedres: es modelen amb interessos econòmics, ideologies i, a vegades, una mica de farsa. El webdoc “Farselona” convida l’usuari a descobrir les mitges veritats històriques amagades pels racons del Barri Gòtic de Barcelona.

### Finançament

UAB - Máster en Teoría y Práctica del Documental Creativo.

### Estratègia de difusió

Xarxes socials.

### Impacte del producte

“Farselona” és el projecte desenvolupat pel Màster en Documental de Creació de la UAB més vist de tots els que s’han realitzat en el màster fins al 2016. L’activitat a les xarxes ha sigut molt elevada.

20.824 sessions

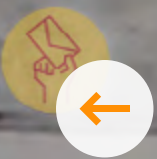
16.251 usuaris

74.580 pàgines vistes

3 minuts i mig de mitjana de la sessió

“A pesar de algunas críticas, es evidente que con estos trabajos el prestigio histórico y monumental de Barcelona ha





# 9N, la revolta de les urnes

Reviu el dia de la votació

CATALÀ

CASTELLANO

ENGLISH

9

[www.9nlarevolta.com](http://www.9nlarevolta.com)

## 9N, la revolta de les urnes

Direcció: **Oriol Gironès i Eduard Calvet**

Producció i grafisme: **Marta Ballada i Pau Ballada**

Productora: **Oriol Gironès**

Orientació temàtica: **Procès sobiranista català**

Calendari de producció: **12 mesos**

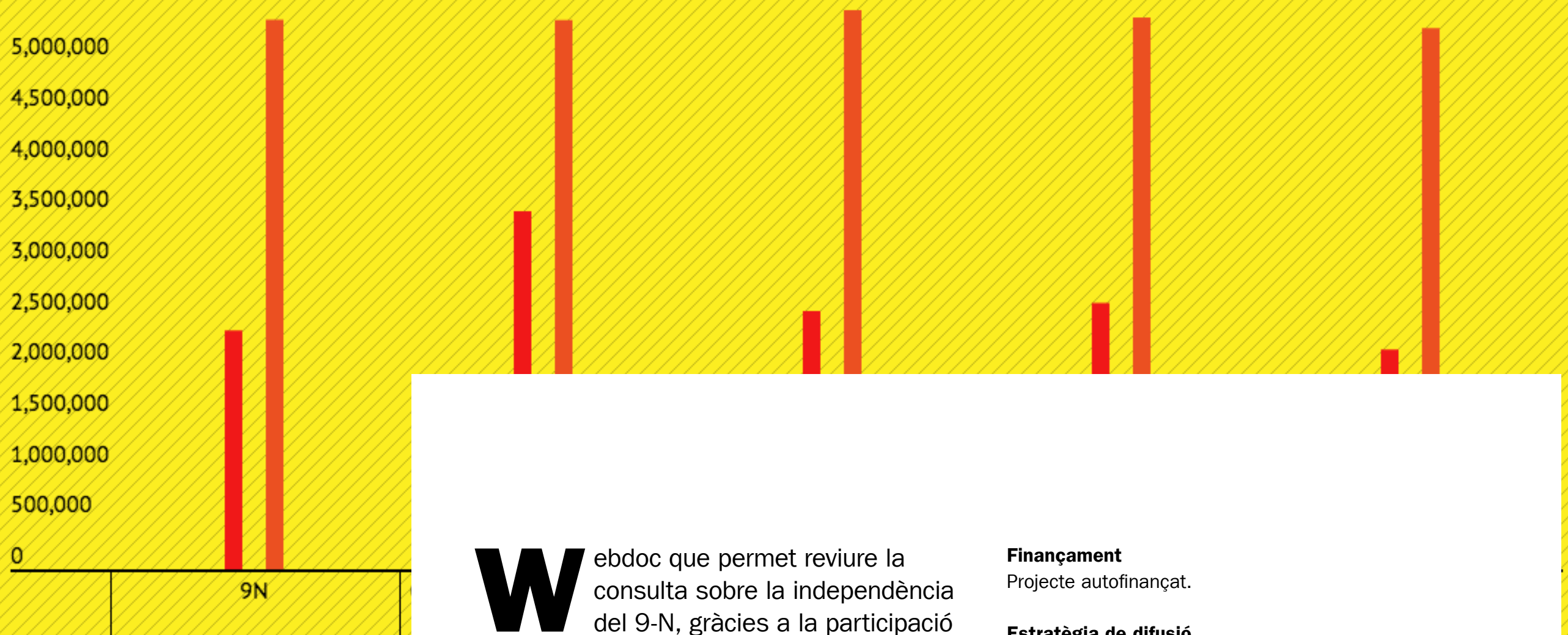
Data de publicació: **Novembre 2015**

Plataformes: **Web**

Públic objectiu: **Persones sensibles al procés sobiranista català**



# PARTICIPACIÓ ELECCIONS



**W**ebdoc que permet reviuire la consulta sobre la independència del 9-N, gràcies a la participació dels ciutadans que van enviar vídeos, la gran majoria fets a través del mòbil. Com una càmera objectiva, el webdoc “9N, la revolta de les urnes” ofereix una selecció d’imatges que connecten amb diferents moments del dia, també amb col·legis electorals a Londres, Nova York o Hong Kong.

#### Finançament

Projecte autofinançat.

#### Estratègia de difusió

Facebook, Twitter i mitjans de comunicació.

#### Impacte del producte

Publicació d’articles a diferents mitjans com el diari Ara, TV3, Vilaweb i el Racó català.





**A** →

[www.ambtitol.cat/es](http://www.ambtitol.cat/es)

## Amb títol

Direcció: **Neus Ballús**  
Producció: **Aitor Martos**

Productora: **Universitat Pompeu Fabra, Facultat de Comunicació**  
Orientació temàtica: **Universitat**  
Calendari de producció: **17 mesos**  
Data de publicació: **Novembre 2015**  
Pressupost: **90.000€**  
Plataformes: **Web**  
Públic objectiu: **Universitaris i exuniversitaris**

**A LOS 17 AÑOS ERES INMADURO**  
RADIOGRAFIA DEL WEBDOC A CATALUNYA



Si et registres podràs  
guardar el recorregut  
que realitzes explorant  
AMB TÍTOL i disposaràs  
també d'altres  
funcionalitats extres.

La universitat pot arribar a ser una experiència transformadora: canvia la manera de pensar, de relacionar-se i d'actuar d'aquell qui la viu. "Amb títol" és un webdoc en què es debat la funció que compleix la universitat pública avui dia, tant des del punt de vista personal com des del punt de vista col·lectiu.

#### **Finançament**

Universitat Pompeu Fabra  
Barcelona School of Management - UPF  
Televisió de Catalunya  
Fundació La Caixa

#### **Coproducció**

Corporació Catalana de Mitjans Audiovisuals.

#### **Estratègia de difusió**

Facebook, Twitter i un blog amb publicació del making of i amb la publicació de notícies sobre el món dels webdocs.

#### **Impacte del producte**

La publicació del projecte ha fet que diversos mitjans parlin de la funció que compleix la universitat en les nostres vides i això ha aportat vitalitat al debat. En especial, dos articles a La Vanguardia sobre el cinema i els documentals interactius, un article a El País i un debat a El Matí de Catalunya Ràdio van aportar molta visibilitat concretament.

7.053 sessions

5.236 usuaris

43.450 pàgines vistes

5 minuts de mitjana en cada sessió



A

#ÀSIA  
BCN

[www.asiabcn.cat](http://www.asiabcn.cat)

## #ASIABCN

Direcció: **Oriol Gironès i Gaëlle Patin**  
Producció: **Oriol Gironès, Gaëlle Patin, Marta Ballada i Bernat Masferrer**  
Disseny: **Marta Ballada i Oriol Luis Serrano**  
Programació: **pegpeg**

Productor: **Oriol Gironès**  
Orientació temàtica: **Immigració**  
Calendari de producció: **24 mesos**  
Data de publicació: **Novembre 2015**  
Pressupost: **3.000€**  
Plataformes: **Web i una exposició**  
Públic objectiu: **Gent involucrada en la immigració, projectes socials, periodistes, treballadors socials**



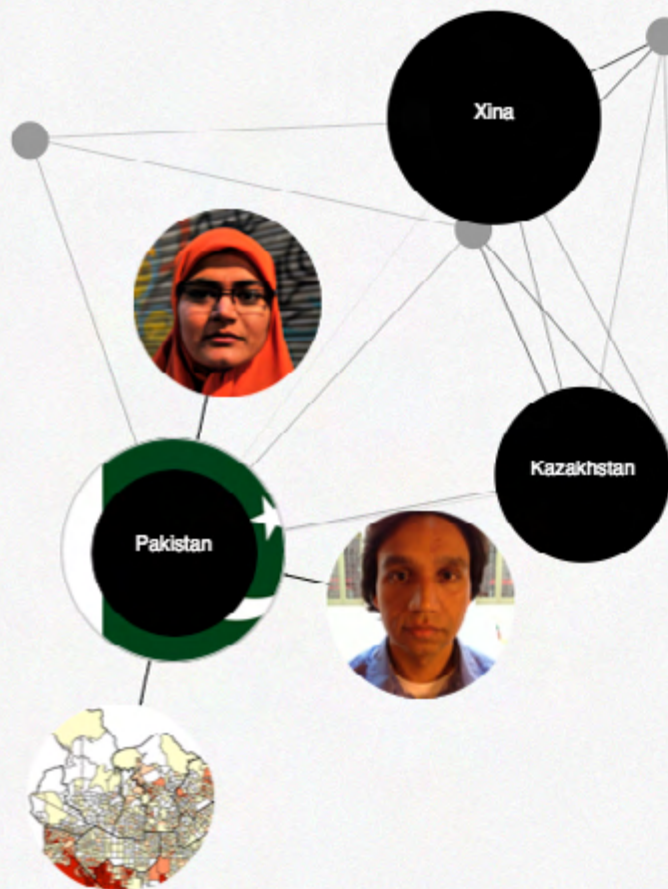


ASIÀTICS



PARTICIPA

Japó



“**#** ASIABCN” és un webdoc que reflecteix la diversitat de les persones que viuen a la ciutat de Barcelona. Aquest projecte documental interactiu posa en comú les vivències de ciutadans d'origen asiàtic que s'han establert a Barcelona i que ens expliquen la seva trajectòria migratòria. Aborda temes com la identitat, la integració, els estereotips, la relació intergeneracional i la seva relació amb la ciutat.

En aquest projecte interactiu s'hi conforma un mosaic de vivències personals, a la vegada que s'hi expliquen relats globals sobre la ciutat i la diversitat de la seva població. Construeix un diàleg íntim i informal que intenta copsar una realitat dins l'entramat urbà que sovint genera estereotips i desconeixement mutu.

### Finançament

Casa Àsia, Ajuntament de Barcelona.

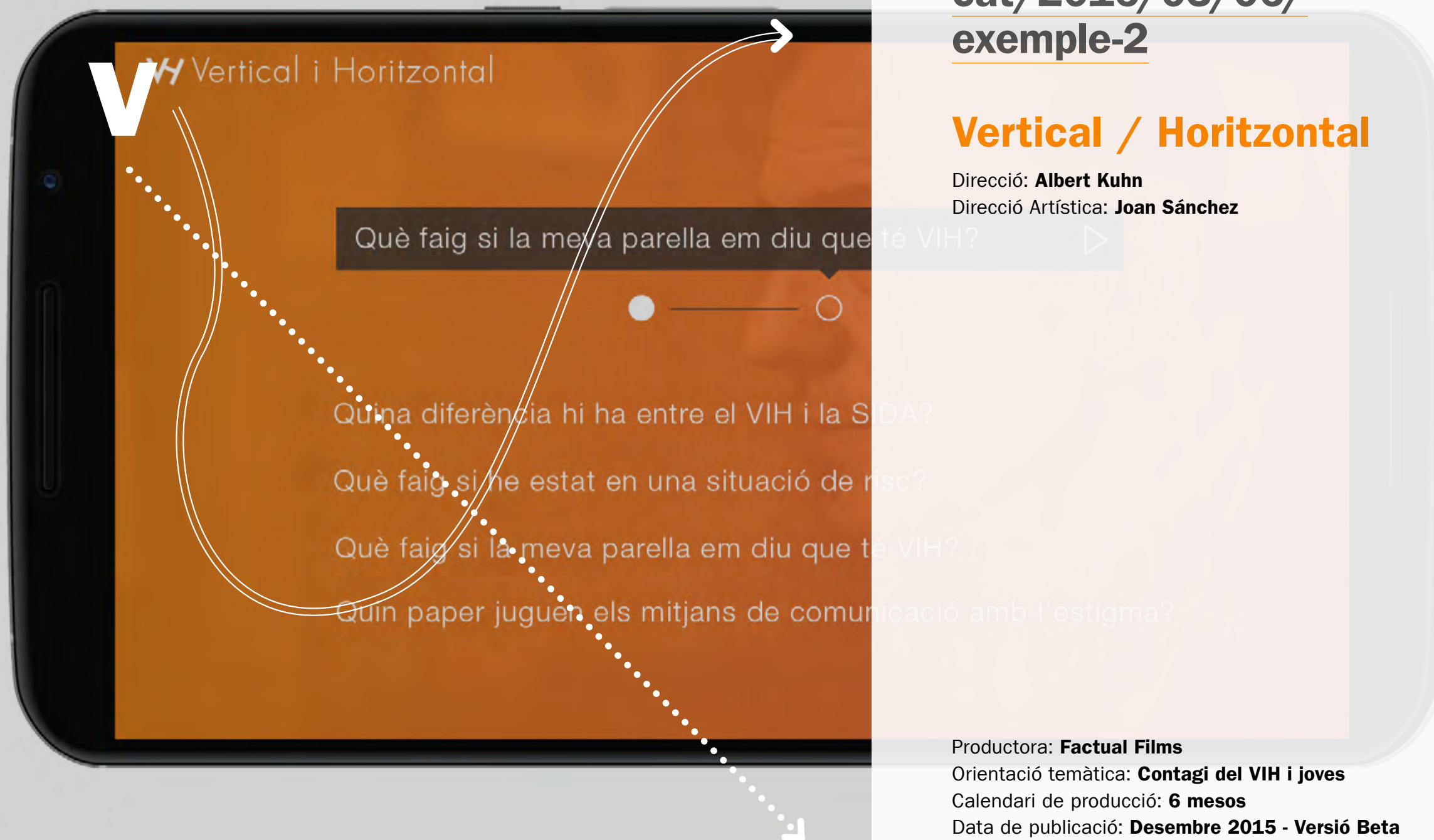
### Estratègia de difusió

Twitter com a dinamitzador del projecte, Facebook per difusió i contactes de premsa i bloggers.

### Impacte del producte

Publicació d'articles que parlen del projecte en diferents mitjans: El Periódico, La Vanguardia, Vilaweb, Ajuntament de Barcelona i blogs.





[www.factualfilms.  
cat/2016/03/06/  
exemple-2](http://www.factualfilms.cat/2016/03/06/exemple-2)

## Vertical / Horitzontal

Direcció: **Albert Kuhn**

Direcció Artística: **Joan Sánchez**

Què faig si la meva parella em diu que té VIH?

Quina diferència hi ha entre el VIH i la SIDA?

Què faig si he estat en una situació de risc?

Què faig si la meva parella em diu que té VIH?

Quin paper juguen els mitjans de comunicació amb l'estigma?

Productora: **Factual Films**

Orientació temàtica: **Contagi del VIH i joves**

Calendari de producció: **6 mesos**

Data de publicació: **Desembre 2015 - Versió Beta**

Pressupost: **10.000€**

Suport digital: **App (per a mòbils i tauletes)**

Públic objectiu: **Joves en etapa de formació**





“**V**ertical / Horitzontal” és un documental en format aplicació mòbil sobre la realitat del VIH avui dirigit a joves en etapa de formació. El projecte té dos objectius fonamentals i indissociables: transmetre informació pràctica als joves sobre l'estat actual del VIH i contribuir a la reducció de l'estigma social associat a les persones que en són portadores.

**Finançament**

Particular i mecenes.

1826

LOGIN | REGISTER |  
 ← MOVE INFO



[www.comeindoc.com](http://www.comeindoc.com)

## COME/IN/DOC (Collaborative Meta Interactive Documentary)

Idea, direcció, producció: **Arnau Gifreu**

Disseny i programació: **Bernat Torras i Catalina Acelas**

Productor: **Arnau Gifreu**

Orientació temàtica: **Cinema i webdocs**

Calendari de producció: **48 mesos**

Data de publicació: **Març 2016**

Pressupost: **30.000€**

Plataformes: **Web, sèrie documental, exposicions  
 interactives**

Públic objectiu: **Estudiants i acadèmics interessats  
 en el documental, les noves tecnologies i els gèneres  
 i formats audiovisuals.**

Filter by author

1. START OFF / BACKGROUND



2. START OFF / DEFINITION

3. START OFF / DEFINITION

4. LEARN / EVOLUTION

5. LEARN / EVOLUTION  
factors/actors involved

6. LEARN / EVOLUTION

7. LEARN / INTERACTIVE

8. LEARN / INTERACTIVE

9. LISTEN / TECHNICAL



10. LISTEN / TECHNICAL

11. LISTEN / TECHNICAL  
future?

12. LISTEN / RELATED

13. LISTEN / RELATED

14. LISTEN / RELATED TOPICS / Do you think that there is some relationship between the interactive documentary and the field of education?

15. PRODUCE / LOGICS CHANGE / Do you think there is a change in the logic of production, distribution and exhibition?

“**C**OME/IN/DOC” (Collaborative Meta Interactive Documentary) és un metadocumental transmèdia que reflexiona sobre el concepte del documental interactiu. Es compon principalment de tres parts interconnectades: una sèrie documental, una plataforma educativa i exposicions interactives. Partint d’una recerca efectuada durant el període 2012-2016, aquesta iniciativa es basa en la hipòtesi que el documental interactiu és un nou format audiovisual amb característiques pròpies i específiques. És un metadocumental perquè reflexiona sobre el mateix dispositiu. És un projecte col·laboratiu perquè moltes persones hi han aportat d’una manera o una altra desinteressadament. És interactiu perquè les seves plataformes, interfícies i formació derivada fan possible que les persones hi puguin participar, contribuir i fins i tot generar contingut. En definitiva, “COME/IN/DOC” és un documental transmèdia creat a partir d’una investigació teòrica i aplicada que amb el temps s’ha convertit en una eina única i valuosa per a la formació i l’ensenyament.

### Finançament

Projecte educatiu autofinançat.

### Coproducció

Amb el suport del MIT Open Documentary Lab, i-Docs, DocsBarcelona i interDOC.

### Estratègia de difusió

Twitter, Facebook i la plataforma de vídeo Vimeo Pro. Per reforçar-ne el llançament de la tercera part es va fer una campanya a Twitter i Facebook per viralitzar alguns vídeos amb entrevistes a experts (del projecte). Es va llançar el projecte en el congrés principal de documental interactiu a nivell internacional, la i-Docs Conference 2016 (Bristol, Regne Unit). També a través del portal web del laboratori del MIT (Open Documentary Lab).

### Impacte del producte

Gràcies al suport i impuls dels dos principals portals internacionals dedicats a l’estudi i promoció del documental interactiu -MIT Open Documentary Lab i i-Docs- i dels dos nacionals -RTVE i interDOC-, el projecte ha comptat amb una visibilitat alta. Cal especificar també que no es tracta d’un projecte mainstream, amb el qual/de manera que s’espera que el volum de visites no sigui molt elevat degut que és un projecte molt focalitzat en una temàtica concreta. La resposta rebuda a congressos i festivals, tant a nivell internacional (i-Docs, Visible Evidence, DocsBarcelona+Medellín, etc.) com nacionals (DocsBarcelona, Documenta Madrid, etc.) ha estat molt satisfactòria en termes generals. El producte ha generat bona resposta i molt d’interès tant de particulars com d’acadèmics interessats en la temàtica.





# IMPACIENTE

JUEGA Y PIERDE EL TIEMPO A COSTA DE TU SALUD

[www.impacientepacientedoc.com](http://www.impacientepacientedoc.com)

## IMPACIENTE

Direcció: **Jorge Caballero**

Guió interactiu: **Jorge Caballero, Carlos M. Gómez-Quintero, Christina Pitouli i Manuel Martínez**

Disseny: **Roc Albalat**

Programació: **Pau Artigas**

Conceptualització i disseny interactivitat: **Marcel Pié, Roc Albalat i Pau Artigas**

Productora: **Gusano Films amb la col·laboració de Taller Estampa**

Orientació temàtica: **Salut pública**

Calendari de producció: **6 mesos**

Data de publicació: **Març 2016**

Pressupost: **9.000€**

Plataformes: **Web, pel·lícula, llibre i instal·lació audiovisual**

Públic objectiu: **Adults entre 25 i 52 anys a Colòmbia amb interès en temes de salut i professionals de l'àmbit sanitari**



## ASISTA AL ESTRENO DE LA PELÍCULA ACCEDER

### FORMULARIO DE INGRESO

1. Nombre

“Impaciente” és un webdoc que, en forma de “joc seriós”, ironitza sobre el sistema de salut. Parla des del cas colombià, però és fàcilment extrapolable a qualsevol geografia, on la burocràcia i l’interès econòmic passen per davant del dret a la salut.

En un escenari virtual, mitjançant la interacció de dos dispositius (computador i dispositiu mòbil), podreu submergir-vos en l’irònic “joc de la salut”. A l’ordinador hi haurà un diàleg amb diferents persones que d’una o d’altra forma estan relacionades amb el tema de salut. En el dispositiu mòbil (tauletes o telèfons), podreu accedir a vídeos i notícies.

#### **Finançament**

TV pública de Colòmbia (Señal Colombia), TFI Latin America Grant.

#### **Coproducció**

La TV Pública de Colòmbia va participar en el projecte fent una aportació del 18% del pressupost total.

#### **Estratègia de difusió**

Exposicions, xerrades, xarxes socials, televisió, etc. En formar part d’un projecte transmèdia, els formats complementaris serveixen al seu torn com a mitjà de difusió. En el cas de “Impaciente”, els formats dels quals es nodreix el transmèdia són pel·lícula, llibre i instal·lació audiovisual.

#### **Impacte del producte**

3.710 sessions

2.967 usuaris

4 minuts de mitjana per sessió, superior a la mitjana de visita dissenyada pel projecte de 2 minuts i 30 segons.





[www.ccma.cat/324/my-friend-endinsat-al-camp-de-refugiats-didomeni/especial/2210](http://www.ccma.cat/324/my-friend-endinsat-al-camp-de-refugiats-didomeni/especial/2210)

## “My friend”, especial 360°

Direcció: **Paulí Subirà i Carles Prats**

Producció: **Sandra Rierola i Anna Figueras**

Fotografia i àudio: **David Bou**

Coordinació interactiu: **Montse Enrúbia**



Productora: **Corporació Catalana de Mitjans Audiovisuals**

Orientació temàtica: **Refugiats i drets humans**

Calendari de producció: **Any 2016**

Data de publicació: **Juny 2016**

Pressupost : **Es va fer com una forma d'innovació i de treball amb els nous llenguatges digitals assumit per l'equip de finestres digitals de la CCMA**

Plataformes: **Web amb vídeo 360°, mòbil**

Públic objectiu: **Públic general**

**M**





Els refugiat  
han t  
repart

**L**a dels refugiats és la pitjor crisi humanitària d'Europa dels últims 25 anys. El documental de TV3 “My friend” posa cara als protagonistes d'aquest drama i també a les persones que intenten ajudar-los.

Amb l'especial en 360° et situaràs al centre de la vida a Idomeni i podràs triar com et mous i on mires. Coneixeràs en Hayat, la Fatima, l'Ahmad i la Nour, l'Abu Muhammad, l'Adel, l'equip de Refugees TV... Seuràs a menjar amb ells, sabràs com s'espavilen per cuinar i on es renten. Aprendreàs a raspallar-te les dents amb un grup de nens i viuràs un concert de Txarango en ple camp. També podràs mirar-t'ho des d'una altra perspectiva, la dels voluntaris que hi treballen. “Welcome to Idomeni”.

#### **Finançament**

Corporació Catalana de Mitjans Audiovisuals.

#### **Estratègia de difusió**

No hi ha una estratègia de difusió concreta del projecte. La difusió s'ha donat per les diferents xarxes socials del mitjà, així com també des de la mateix web del mitjà.

#### **Impacte del producte**

Repercussió en els mitjans per l'aposta de la corporació en la innovació en la manera de narrar a partir de l'especial interactiu i els vídeos 360°. L'impacte quantitatiu és difícil d'aconseguir ja que el projecte consisteix en vídeos 360° distribuïts per diferents plataformes.





[interactius.ara.cat/  
incendis](http://interactius.ara.cat/incendis)

## Perquè Catalunya crema

Redacció: **Isaac Salvatierra i Francina Bosch**  
Tecnologia: **Idoia Longan**  
Disseny: **Ricard Marfà**

# PER QUÈ CATALUNYA CREMA

L'oblit dels boscos i una  
estratègia centrada en l'extinció  
alimenta els grans incendis  
forestals

ISAAC SALVATIERRA I FRANCINA BOSCH  
Ricard Marfà i Idoia Longan  
Fonts i agraïments

Productora: **Diari ARA. Interactius + araData**  
Orientació temàtica: **Medi ambient i societat**  
Calendari de producció: **5 setmanes**  
Data de publicació: **Juliol 2016**  
Plataformes: **Web i paper**  
Públic objectiu: **Lectors de l'ARA**





**E**ls incendis a Catalunya estan a l'ordre del dia quan arriba l'estiu. El ressò mediàtic que es genera és enorme mentre duren, però un cop extingits se'n deixa de parlar fins al següent incendi. El reportatge vol fer una anàlisi sobre tot el que envolta i suposa un incendi a través set grans eixos: l'estat dels boscos, el clima, els incendis en si, els professionals, el posicionament polític, la prevenció i la gent. La peça es completa amb un mapa navegable on es visualitzen tots els incendis registrats des del 1969.

**Finançament**

Diari ARA.

**Estratègia de difusió**

A través de la pròpia web del diari i dels seus canals socials. Posterior a la seva publicació s'han anat fent recordatoris quan hi ha hagut incendis (publicant-ho de nou a xarxes i a la home). Projecte transmèdia, edició del reportatge en paper.

**Impacte del producte**

Molt bona repercussió i acceptació entre els professionals del sector. 5.1152 visites a pàgines, 46.228 pàgines vistes úniques.





[www.lavampiradelraval.com/es/](http://www.lavampiradelraval.com/es/)

## La vampira del Raval

Direcció: **Jimena Tormo**  
Producció: **Laura Neira, Claudia Huertas i Marina Amores**  
Disseny interactiu: **Jorge Caballero i Taller Estampa**

Productora: **UAB - Màster en Teoría y Práctica del Documental Creativo & Taller Estampa**  
Orientació temàtica: **Barcelona i la seva història**  
Calendari de producció: **11 mesos**  
Data de publicació: **Juliol 2016**  
Pressupost: **20.000€**  
Plataformes: **Web, 360°**  
Públic objectiu: **Adults joves d'entre 25 i 44 anys**



**D**ocumental 360° on l'espectador és testimoni d'un dels casos criminals més sòrdids de la història barcelonina mitjançant la reconstrucció d'entrevistes als seus protagonistes, material d'arxiu i elements animats que representen les metàfores implícites en els diàlegs i les emocions dels personatges.

**Finançament**

UAB - Máster en Teoría y Práctica del Documental Creativo.

**Coproducció**

Citilab.

**Estratègia de difusió**

Xarxes socials.

**Impacte del producte**

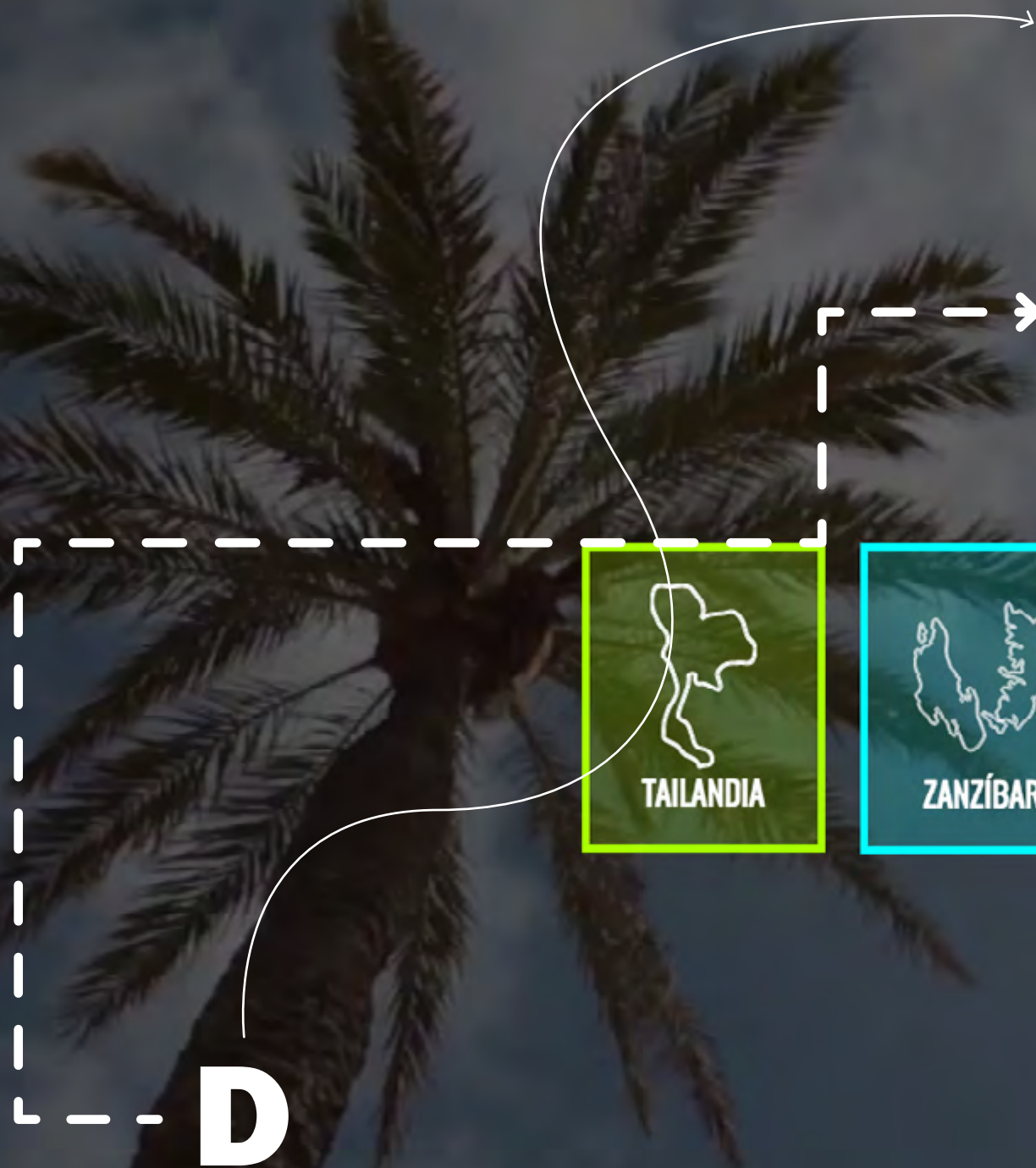
Des del punt de vista qualitatiu el projecte ha tingut repercussió en alguns mitjans locals com La Vanguardia i iCat. Actualment, estan esperant la repercussió del projecte quan s'estreni als diferents festivals.

181 sessions

154 usuaris únics

Duració mitjana de 1 minut i 20 segons





## detrasdelparaiso. eldiario.es

### Detrás del paraíso

Direcció: **Angelo Attanasio**

Disseny d'interacció i gamificació: **Eva Domínguez**

Programació i disseny creatiu: **Interactius**

Productor: **Angelo Attanasio, DocsBarcelona School**

Orientació temàtica: **Turisme**

Calendari de producció: **8 mesos**

Data de publicació: **Agost 2016**

Pressupost: **21.500€**

Plataformes: **Web, mòbil, 360°**

Públic objectiu: **Persones d'entre 16 i 35 anys que consumeixen notícies a través del mòbil**





“**D**etrás del paraíso” és un newsgame immersiu sobre les conseqüències del turisme massiu en tres països tropicals: Tailàndia, Zanzíbar i la República Dominicana. Amb el webdoc descobrim el que hi ha més enllà del turisme descontrolat en aquest tres paradisos tropicals, ahora que es mostra els efectes negatius i positius a través d’un entorn lúdic que defuig de la frivolitat.

#### **Finançament**

Beca European Journalism Center i DocsBarcelona School.

#### **Coproducció**

DocsBarcelona School amb una aportació de 2.000€ del pressupost total.

#### **Estratègia de difusió**

Difusió per mitjà de eldiario.es, publicacions en les seves xarxes socials sostingudes en el temps, sobretot a Facebook amb el sistema de vídeos 360°. També se’n va fer difusió a través de les finestres dels altres col·laboradors del projecte: DocsBarcelona, SoundFX, Interactiu i RUIDO Photo.

D’altra banda, i seguint la mecànica de la jugabilitat, el projecte gaudia d’una estratègia d’engagement fent dels diferents paradisos tropicals una narració seriada. A mesura que avança el joc, l’usuari, que és el protagonista de la narració, és premiat de manera simbòlica a través d’un sistema de punts. No només hi ha un premi simbòlic en forma de punts sinó que l’usuari, en acabar el joc, entra en el sorteig de 10 subscripcions a eldiario.es.

Aterrizas y coges un t  
por los callejones de  
madera tachonada con  
la india,





*De Girona recordo molt poc, si no és la intimitat d'aquella plaça on passava llargues hores del dia i que em semblava meva.*



*Fes clic sobre les notes musicals per recórrer la vida d'en Xavier, des de la seva infància fins a la seva vellesa*

[xaviercugat.ccma.cat](http://xaviercugat.ccma.cat)

## Sexe, maraques i chihuahues - interactiu

Direcció: **Diego Mas**  
Producció: **Albert Solé**  
Coordinació, guió i documentació: **Arnau Gifreu**  
Desenvolupador: **Sergio Santamaria**



Productora: **Minimal Films, CCMA**  
Orientació temàtica: **Xavier Cugat**  
Calendari de producció: **6 mesos**  
Data de publicació: **TV3: 20 setembre 2016**  
**RTVE: 14 novembre 2016**  
Plataformes: **Web**  
Públic objectiu: **Adults d'entre 35 i 65 anys**

1900 - GIRONA





DOUGNUTS — SANDWICHES

El nostre matrimoni  
anys. Al final  
feliços i molt a

“**S**exe, maraques i chihuahues - interactiu” construeix un univers transmèdia al voltant dels aspectes creatius, musicals, visuals i personals de la vida de Xavier Cugat, figura clau de l’expansió a escala mundial de la música llatina. Un documental interactiu que permet explorar vídeos, testimonis, imatges, textos, dibuixos i reflexions protagonitzades pel genuí músic català.

**Finançament**  
RTVE i CCMA.

**Coproducció**  
33,33% Minimal Films  
33,33% CCMA  
33,33% RTVE

**Estratègia de difusió**  
Plataformes i xarxes socials de de CCMA i RTVE.

**Impacte del producte**  
Estrena massa recent per tenir dades quantitatives rellevants sobre el projecte.







# TIRABIRAK WEBDOKA

[www.tirabirak.eus/es/webdoc-es](http://www.tirabirak.eus/es/webdoc-es)

## Tirabirak

Dissenyador: **Roc Albalat**

Programadors: **Pau Artigas i Marc Padró,**

**klynt: Pau Artigas**

Conceptualització i disseny interactiu: **Roc Albalat, Marc Padró i Pau Artigas**

ELKARRIZKETAK  
ENTREVISTAS

BISITA  
VISITA





Data:

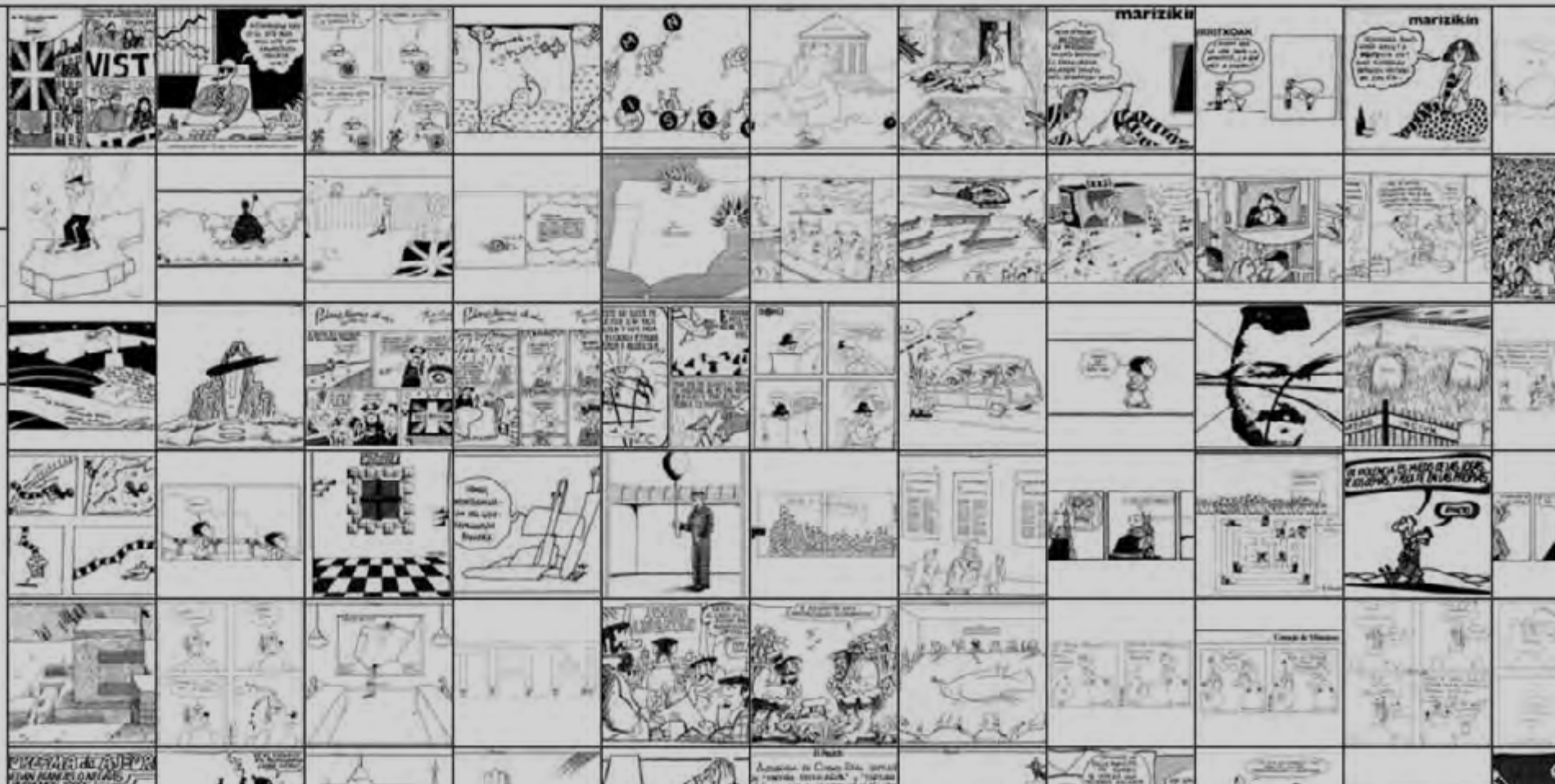
Egilea:

Egunkaria:

Data Urr 1977 - Mar 2016

Egilea

Egunkaria



“**T**irabirak” és un projecte transmèdia sobre les vinyetes de premsa que han tractat el conflicte polític del País Basc.

**Estratègia de difusió**

Projecte transmèdia amb una exposició itinerant com a primera etapa de difusió.





[www.projectefam.cc](http://www.projectefam.cc)

## Projecte FAM

Directors: **Pablo A. Zareceansky, Sonia Ros, Lucía Andujar**

Productors: **Pablo A Zareceansky, Sonia Ros, Julian Altuna, Raquel Bonell**

Productora: **Quepo**

Orientació temàtica: **Drets humans**

Calendari de producció: **16 mesos**

Data de publicació: **Octubre 2016**

Pressupost: **39.600€**

Plataformes: **Web, articles de premsa, sessions de treball amb responsables de comunicació d'ONG i xarxes socials com Twitter. També exposicions fotogràfiques.**

Públic objectiu: **Persones amb sensibilitat social, possiblement interessades en el tema de la fam**





# negra

“**F**AM” és un webdoc. Un audiovisual que es navega i que requereix observació i participació.

Una proposta narrativa sobre l'imaginari col·lectiu que compartim sobre la fam. No sabem quanta gent es mor al dia de fam. Alguns parlen de 25.000 morts diàries i d'altres, de 100.000 persones. Hem sentit a parlar de la fam des que vam néixer, però l'hem entès? Sabem qui es mor de fam i per què?

#### **Finançament**

Quepo, Ajuntament de Barcelona (ICUB - Barcelona Solidària).

#### **Estratègia de difusió**

Es farà l'estrena conjuntament amb [eldiario.es](http://eldiario.es) i [elcritic.cat](http://elcritic.cat).





[www.orgulldebaix.cat/es](http://www.orgulldebaix.cat/es)

## Orgull de Baix

Autoria, producció i direcció: **Isabel Fernández**

Disseny d'interacció i direcció tècnica: **Anna Carreras**

Programació: **Daniel Julià i Anna Fuster**

Direcció d'Art: **Elisabeth Breil**

Productora: **Al Pati Produccions**

Orientació temàtica: **Medi ambient i sostenibilitat**

Calendari de producció: **24 mesos**

Data de publicació: **Novembre de 2016**

Pressupost: **130.000€**

Plataformes: **TV, web, tallers participatius**

Públic objectiu: **Ciutadans i ciutadanes d'entre 10 i 85 anys del Baix Llobregat i l'Àrea Metropolitana de Barcelona preocupats per l'ecologia i el debat entre creixement i sostenibilitat.**



“**O**rgull de Baix” és un projecte multiplataforma que descobreix el tresor ecològic i agrícola de la comarca del Baix Llobregat, la història i la lluita dels seus habitants per mantenir la seva identitat lligada al riu, al delta i a la producció de la terra, superant les pressions urbanístiques de la gran ciutat que té al costat, Barcelona.

“Orgull de Baix” parla d’agricultura en entorns urbans, de sobirania alimentària, de la tensió entre el centre i la perifèria, entre l’espai urbà i l’espai rural, entre el creixement i la sostenibilitat. I ho fa utilitzant diferents mitjans: un documental “El pati del darrere”, un documental web i una sèrie d’accions a les xarxes socials.

#### **Finançament**

CCMA, ICEC, Ajuntaments de Barcelona, El Prat, Sant Boi, Sant Feliu, Castelldefels, Sant Vicens dels Horts, Viladecans, Gavà, Cornellà, Santa Coloma de Cervelló, Diputació de Barcelona, Consorci del Parc Agrari, Centre d’Estudis Comarcals del Baix Llobregat i Verkami amb una recaptació de 10.290€.

#### **Coproducció**

Coproducció amb la CCMA que ha aportat un 8% del pressupost de la producció.

#### **Estratègia de difusió**

L’estratègia de difusió d’ “Orgull de Baix” està emmarcada per les diferents xarxes socials que dona pas a la preestrena del documental lineal “El pati del darrere” en una sala de cinema per als representants institucionals i les entitats socials afectades. A posteriori s’estrena en prime time el documental al Sense Ficció.

La campanya de comunicació s’activa per premsa i ràdios locals, comarcals i nacionals coincidint amb el llançament de la campanya de micromecenatge a la plataforma Verkami. La recaptació rebuda serveix per fer una presentació de la versió beta de la plataforma interactiva als finançadors i mecenes de Verkami, així com també la presentació a festivals i congressos com l’Interdocs Barcelona i el congrés Baix Llobregat a Debat.

Durant l’octubre 2016 es fa la preestrena oficial del documental interactiu per a representants d’institucions i entitats socials coincidint amb la







segona emissió del documental “El pati del darrere” a TV3 en coordinació amb la plataforma interactiva. L'estrena completa obrirà pas a una nova campanya de comunicació per tal de reactivar el debat al voltant del tema en les diferents xarxes socials i tancarà amb la producció de tallers participatius.

**Impacte del producte**

2040 pàgines vistes, la mitjana de la primera visita és de 2 minuts, mentre que la mitjana dels que repeteixen és de 12 minuts, un 54% homes i 45% de dones.

Gran acceptació en les diferents xarxes socials amb un total de 1300 seguidors a Facebook, 807 a Twitter i 200 a Instagram amb només 61 publicacions i 182 mecenes de Verkami.

El documental de televisió i la seva versió interactiva “Orgull de Baix” ha estat protagonista d'articles i reportatges periodístics publicats per mitjans de la premsa de la comarca – El Llobregat o Fet a Sant Feliu- , de la Xarxa de Comunicació Local, i de mitjans

generalistes com La Vanguardia, la Cadena SER o El Periódico de Catalunya.

Mentre que la premsa comarcal es feia ressò de com un documental televisiu emès per TV3 centrava l'atenció en el Baix Llobregat i la seva pròpia idiosincràsia, els mitjans generalistes com La Vanguardia posaven l'accent en com un producte televisiu eixampla horitzons amb una versió interactiva que cerca una nova connexió amb el públic a través de les eines que ofereix la tecnologia.

“Orgull de Baix” va ocupar un espai protagonista durant la celebració del 1er Congrés El Baix Llobregat a Debat, inaugurat per la presidenta de l'Àrea Metropolitana de Barcelona Ada Colau, el passat mes de juliol a Sant Feliu.



[www.transformas.es/ca/ca-teatrodentro](http://www.transformas.es/ca/ca-teatrodentro)

## teatroDENTRO

Direcció: **Anna Giralt Gris, Maria Alcàzar**  
Disseny interactiu: **Anna Giralt amb la col·laboració de Taller Estampa**

Productora: **Docupraxi, amb la col·laboració de Taller Estampa**  
Orientació temàtica: **Presons i teatre**  
Calendari de producció: **14 mesos**  
Data de publicació: **Properament**  
Pressupost: **14.000€**  
Plataformes: **Web**  
Públic objectiu: **Professionals del sector i públic general**



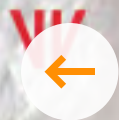


- 1 Por qué existe la cárcel?
- 2 Para qué sirve la cárcel?
- 3 Tiene que existir la cárcel?
- 4 Qué es teatrodentro?
- 5 El proceso creativo
- 6 El teatro, espacio de libertad
- 7 Evolución del lenguaje teatral

**E**l documental interactiu “teatroDENTRO” s’apropia dels principis teatrals de la companyia teatroDENTRO per mostrar, de la mà dels seus protagonistes, com va ser i què va significar formar part durant 10 anys d’un projecte transformador. “teatroDENTRO” és provocació, qüestionament del sistema penitenciari i de la funció de l’art. És teatre i investigació teatral, quotidianitat, però sobretot és transformació personal i col·lectiva.

#### **Finançament**

Amb el suport de l’obra social La Caixa.



[www.invisibles.cat](http://www.invisibles.cat)

## Invisibles

Direcció: **Xavier Satorra**

INVISIBLES  
DOCUMENTAL SOCIAL  
TRANSMÈDIA

Productora: **The Visual Suspects**

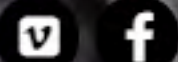
Orientació temàtica: **Guerra de Síria**

Calendari de producció: **12 mesos**

Data de publicació: **Properament**

Plataformes: **TV, web, exposicions de fotografies, tallers educatius**

Públic objectiu: **Ampli, com que es tracta d'un projecte transmèdia cada plataforma té un target específic per arribar a audiències diverses**





# WEBDOC

invisibles.cal serà el nucli central del projecte transmèdia que anirà actualitzant continguts generats. Una plataforma participativa on aprendre, col·laborar i assolir els objectius d'aquesta iniciativa amb una data de finalització programada.

MENÚ

**L**a pitjor crisi humanitària des de la II Guerra Mundial. Un projecte documental social transmèdia protagonitzat per persones refugiades i immigrades a Barcelona.

El primer episodi de la sèrie de televisió se centra en tres persones de Síria que ens expliquen les seves experiències de la guerra i com ha canviat la seva vida. El Premi Nobel de la Pau 2015, Ahmed Galai, explica la situació sobre les Primaveres Àrabs i els Drets Humans, i el que està succeint a Síria. Mohamad, Bakri i Mireille, des de diferents punts de vista, mostren els seus drames i desitjos.

## **Finançament**

Autofinançat.

## **Estratègia de difusió**

Xarxes socials i contactes directes amb persones i entitats participants. Com que es tracta d'un projecte transmèdia, els formats complementaris de què es nodreix són part de l'estratègia de difusió.





**P**

[www.parkcelona.com](http://www.parkcelona.com)

## Parkcelona

Direcció: **Andreu Meixide Vázquez**

Producció: **José González Morandi**

Fotografia: **Xavi Piera**

Productora: **Cosmopolilla Films**

Orientació temàtica: **Adolescents i joves**

Calendari de producció: **12 mesos**

Data de publicació: **Properament**

Pressupost: **21.000€**

Plataformes: **Web**

Públic objectiu: **Joves i persones interessats a apropar-se a la realitat dels joves de les nostres ciutats**





“**P**arkcelona” és un webdoc d'autorepresentació realitzat amb i per joves que fan vida als parcs de la ciutat de Barcelona. Un treball d'un any de diferents professionals realitzat als propis parcs amb aquests joves, recollint en un webdocumental de narrativa no lineal les inquietuds, opinions i visions d'aquests adolescents tan sovint estigmatitzats per la societat. Un treball de carrer en col·laboració directa amb els serveis d'Educadors Socials de l'Ajuntament per arribar des de la formació no reglada a aquest col·lectiu de joves normalment desatès i obrir una finestra d'expressió entre ells i la resta de la societat.

#### **Finançament**

Ajuntament de Barcelona.

#### **Estratègia de difusió**

L'estratègia de comunicació passa per la difusió en xarxes socials i nodes informatius tant físics com digitals especialitzats en la temàtica.

#### **Impacte del producte**

L'impacte intern, relatiu a la comunitat afectada (objectiu primari), va resultar un èxit. I l'impacte extern, amb la societat (objectiu secundari), encara no s'ha pogut mesurar per no haver fet encara la presentació pública del projecte.





## PRODUCTORES:

### Al Pati

“Orgull de Baix”

Al Pati és una productora nativa digital centrada en la creació, desenvolupament i producció de continguts audiovisuals per al segle XXI. Dissenyem i executem projectes multidisciplinars que uneixen tecnologia, cultura, ciència, art, oci i mitjans de comunicació per a produir experiències globals orientades a la transformació i l'impacte social.

El nostre principal camp d'innovació és l'exploració de la relació del contingut amb les noves audiències del món digital. Treballem la interacció com a element de participació i ampliació de l'impacte dels projectes, incloent el públic en la creació des de les primeres fases. Construïm aliances amb institucions i organitzacions del món de la ciència, la cultura i la innovació social per a aportar valor als nostres projectes.

[www.alpati.es](http://www.alpati.es)  
[info@alpati.es](mailto:info@alpati.es)

\* Public Liberties & Human Rights Award a Al Jazeera International Documentary Film Festival 2015

### Cosmopolilla Films

“Parkcelona”

Productora audiovisual especialitzada en l'ús d'eines digitals per a projectes amb

finalitats de canvi social com “Marquesa”, “Soy Rambla”, la websèrie, i Parkcelona.

[www.andreumeixide.com](http://www.andreumeixide.com)  
[andreu@andreumeixide.com](mailto:andreu@andreumeixide.com)

La seva obra s'ha exhibit en diferents festival i certàmens espanyols com Alcances o DocsBCN, CineB de Xile, Atlanticdoc d'Uruguay, AFF Rotterdam o DWBeijing.

### Docupraxi

“TeatroDentro”

Productora independent i itinerant. Documental en totes les seves formes. Dirigida per Anna Gris (Anna Giralte Gris), documentalista amb una llarga carrera en el món de la no-ficció. Els seus documentals han estat rodats a diversos països com l'Afganistan, l'Iran, l'Iraq i ha passat els pitjors anys de la crisi grega vivint a Atenes documentant les conseqüències de les polítiques emprades. Assiteix a la primera conferència europea sobre I-Docs a Bristol el 2011 i des d'aleshores s'ha especialitzat en aquesta manera de narrar. El seu primer treball interactiu, TeatroDENTRO, codirigit amb Maria Alcàzar i produït per Transformas, s'estrenarà el 2017.

[www.docupraxi.net](http://www.docupraxi.net)  
[annagris@gmail.com](mailto:annagris@gmail.com)

\* Interdocs Barcelona, millor prototip interactiu “Paraules de Barcelona”;

Alcances, millor migmétratge uptofest per “Europa Trampa”; Beca Ruy de Clavijo per “Europa Trampa”; menció especial per “Anatomia del Raval”

### Espillmedia

“Cyborg Project”

“COME/IN/DOC”

Creiem en una visió integral i transformadora dels mitjans de comunicació audiovisuals i interactius, i els barregem de manera efectiva per a crear experiències transmèdia innovadores. Per a poder oferir garanties en l'execució, oferim un triple eix que es realimenta constantment: producció-recerca-formació.

[www.espillmedia.com](http://www.espillmedia.com)  
[info@espillmedia.com](mailto:info@espillmedia.com)

\* European Youth Award 2013 - Guanyador en la categoria Create your Culture!  
\* Premi del Públic de Docs Barcelona 2013  
\* Laus de bronze  
\* Horizon interactive Awards – “In a multicolor chip / En un xip multicolor”

### Factual Films

“Vertical/Horizontal”

Factual Films és una productora audiovisual independent nascuda a Barcelona. Els camps del cinema, l'art i la producció cultural són el nostre terreny d'acció.

Aportem noves mirades en el camp dels vídeos corporatius, en la ideació

\* Algunes de les noves professions involucrades: dissenyador web, desenvolupador, dissenyador interactiu, guionista transmèdia o *community manager*.





de projectes audiovisuals, registre d'esdeveniments, vídeos de creació, tot hibridant nous formats. Des de la pràctica fílmica fem una posada en valor del procés i els detalls, indagant en la narrativa. De fet, fem pel·lícules: interactives, documentals, promocionals, artístiques.

També adaptem els continguts narratius als nous gèneres multimèdia i en proposem de nous a través de l'experimentació. La metodologia que emprem es basa en la creativitat, el coneixement situat i el tracte proper. Els nostres serveis audiovisuals s'adrecen a agències, empreses i particulars.

[www.factualfilms.cat](http://www.factualfilms.cat)  
[albert.kuhn.bosch@gmail.com](mailto:albert.kuhn.bosch@gmail.com)

### GusanoFilms

[“Impaciente”](#)  
[“Las fronteras”](#)

GusanoFilms és una productora amb seu a Barcelona i Bogotà desenvolupadora de projectes documentals i interactius. Entre els seus treballs destacats es troben Bagatela, Nacer i Paciente, que han aconseguit reconeixement en festivals de prestigi com el de Cartagena de Indias, BAFICI, el de Guadalajara, l'Alternativa, el Tribeca, el de Màlaga o el premi Nacional de Documental de Colòmbia entre d'altres. Les nostres pel·lícules han participat en seccions oficials de diversos festivals importants com IDFA, Cinema Du Reel,

Visions Du Reel, Biarritz, IFF Oslo o Munich. També hem desenvolupat projectes interactius i transmèdia com Las Fronteras, guanyador de la beca d'Art per la millora social de LaCaixa; o Speech Success, guanyador de la convocatòria Haiku de les televisions NFB de Canadà i Arte França.

[www.gusanofilms.com](http://www.gusanofilms.com)  
[gusano@gusano.org](mailto:gusano@gusano.org)

- \* Millor director al Festival de Màlaga
- \* Millor director al Festival de Cartagena
- \* Millor pel·lícula al DocsBCN secció Latituds
- \* Millor pel·lícula al Festival de San Diego Latino
- \* Haiku Project

### UAB - Máster en Teoría y Práctica del Documental Creativo

[“La Vampira del Raval”](#)  
[“V.O.S.E.”](#)  
[“Farselona”](#)

L'objectiu d'aquest màster és oferir als estudiants les eines teòriques i pràctiques per realitzar i produir documentals, lineals o expandits, que ofereixin una mirada renovada als diferents aspectes i problemes de la realitat. A més a més, tenim per objectiu capacitar els alumnes en tot allò relacionat amb el documental contemporani en el sector industrial i acadèmic.

[www.uab-documentalcreativo.es](http://www.uab-documentalcreativo.es)  
[m.documental.creativo@uab.cat](mailto:m.documental.creativo@uab.cat)

\* “V.O.S.E.”, primer i únic projecte espanyol seleccionat a la categoria de Digital Story Telling del Festival IDFA

### Minimal Films

[“Sexe, Maraques i Chihuahues”](#)

Minimal Films és una productora especialitzada en l'àmbit documental, creada a Barcelona l'any 2008 per Albert Solé. Els seus projectes aborden temàtiques i mirades molt diverses. Els nostres treballs es dirigeixen tant a cadenes de televisió com a cinemes. No obstant això, també treballem en documentals i materials audiovisuals per a firmes comercials i institucions, l'“storytelling” de les empreses. Actualment, seguim desenvolupant nous somnis, nous projectes i noves produccions convençuts de la força del llenguatge de la realitat.

[www.minimalfilms.com](http://www.minimalfilms.com)  
[gemma@minimalfilms.com](mailto:gemma@minimalfilms.com)

### Minushu

[“Detrás del paraíso”](#)

A Minushu som narradors i enginyers multimèdia que treballem conjuntament per conceptualitzar i produir narratives interactives a la web, amb realitat augmentada i realitat virtual. Al capdavant de l'equip hi ha Eva Domínguez, periodista especialitzada en narrativa interactiva i periodisme immersiu.

[www.minushu.com](http://www.minushu.com)  
[eva@newskid.org](mailto:eva@newskid.org)



\* Minushu ha estat reconeguda amb la Digital News Initiative de Google pel seu projecte NEWSKID, un servei de periodisme per nens amb realitat augmentada.

### Piaggiodematei

“Ariadna, un recorregut interactiu per la història i la literatura catalana del segle XX”

“Cuentos de Viejos”

Som una companyia independent instal·lada a Barcelona dedicada al desenvolupament i producció de productes transmèdia, el desenvolupament d'IP i el disseny d'interactius, que va ser fundada l'any 2011 per Marcelo Dematei i Laura Piaggio, ambdós professionals amb més de 15 anys d'experiència en el disseny d'interactiu, la comunicació audiovisual, l'animació, la direcció d'art i els processos de producció digital. Les nostres creacions pretenen combinar continguts rellevants, autoria, innovació en els formats i qualitat audiovisual. Tenim experiència en coproducció i acords de col·laboració internacional.

[www.piaggiodematei.com](http://www.piaggiodematei.com)  
[info@piaggiodematei.com](mailto:info@piaggiodematei.com)

- \* Premi TAL (Xarxa de Televisions d'Amèrica Llatina) 2016 a la Millor Producció per “Cuentos de Viejos”.
- \* Premi TAL (Xarxa de Televisions d'Amèrica Llatina) 2014 a la Millor Producció Innovadora per “Cuentos de Viejos”.

\* Sel·leccionats al Pixel Lab, Power to the Pixel crossmedia Forum. Postdam / Londres 2012 per “Cuentos de Viejos”.

### Quepo

“Projecte FAM”

Quepo és una fundació sense ànim de lucre que desenvolupa projectes de comunicació i audiovisuals a partir de dissenys d'estratègies de transformació i d'impacte social. Desenvolupem els projectes de manera integral des de la producció, comunicació, exhibició i distribució. Treballem tots els projectes amb enfocaments sensibilitzadors i emancipadors. La nostra voluntat es dirigeix a construir projectes que transformin els codis comercials que són impresos en els productes de comunicació per reapropiar-nos del sentit col·lectiu de la comunicació com espai del procomú.

[www.quepo.org](http://www.quepo.org)  
[info@quepo.org](mailto:info@quepo.org)

### Taller Estampa

“Las SinSombrero”

“Impaciente”

“V.O.S.E.”

“La Vampira del Raval”

“Farselona”

“Tirabirak”

Taller Estampa és un estudi professional dedicat al web, documental interactiu, animació, cinema experimental,

motion graphics, disseny editorial, disseny gràfic i comunicació. Estem especialment interessants en el treball en el cinema i l'animació, la visualització les dades, les noves formes d'interacció així com les possibilitats expressives de les tecnologies en desús. Sempre que podem ens presentem a convocatòries per a poder realitzar els nostres projectes. També treballem en petites edicions en impressió tipogràfica.

[www.tallerestampa.com](http://www.tallerestampa.com)  
[estampa@tallerestampa.com](mailto:estampa@tallerestampa.com)

\* “V.O.S.E.” ha estat seleccionat per a la secció competitiva de l'IDFA DocLab de “Storytelling” digital del 2014.

### The visual Suspects

“Invisibles”

The Visual Suspects és un guardonat estudi creatiu situat a Barcelona amb col·laboradors afins arreu del món. Des de l'any 2003 els nostres treballs estan a la cruïlla de la comunicació digital, la tecnologia, l'storytelling i la sostenibilitat. I el nostre equip ha treballat per a corporacions globals, organitzacions sense ànim de lucre, start-ups, agències, institucions i administracions governamentals. Gràcies a la immediatesa i la connectivitat de l'era digital, podem ajudar els nostres clients en la concepció i escriure les seves comunicacions en aquest nou escenari.





[www.thevisualsuspects.net](http://www.thevisualsuspects.net)  
[info@invisibles.cat](mailto:info@invisibles.cat)

## Universitat Pompeu Fabra

“Amb títol”

L'UPF és una universitat jove, pública i moderna, creada el 1990 amb voluntat d'esdevenir una universitat de referència a Europa. La Facultat de Comunicació de la Universitat Pompeu Fabra inclou els ensenyaments superiors en Comunicació Audiovisual, Periodisme, i Publicitat i Relacions Públiques, que són de referència a Catalunya. Produeix i incentiva projectes amb la voluntat de difondre i donar a conèixer les obres audiovisuals realitzades per estudiants (nous formats interactius, curtmetratges, documentals i llargmetratges) del Grau de Comunicació Audiovisual.

[www.upf.edu/facom/](http://www.upf.edu/facom/)  
[upf.produccionsaudiovisuals@upf.edu](mailto:upf.produccionsaudiovisuals@upf.edu)

- \* “Cubzzle”, un videojoc per a mòbils premiat amb un Laus de disseny i amb el 3 Head Monkey Awards de la UPC en la categoria Mobile el 2015.
- \* “El mort viu” va rebre el Premi Ondas 2015 a la millor ficció emesa a Internet. També va guanyar el Premi del Jurat i el Premi del Públic al Festival Showcase de Pilots de Sèries del 2014.
- \* “Sobre la marxa”, va guanyar el Premi Fénix al millor documental iberoamericà, entre altres premis (Festival Internacional d'Autor de Barcelona, Festival de Trento, Tübingen, etc.) i s'ha exhibit a festivals internacionals de molta rellevància.

## PRODUCTORS INDEPENDENTS:

### Angelo Attanasio

“Connecting Africa”

“Detrás del paraíso”

Periodista freelance, realitzador de reportatges i interactius immersius multimèdia amb la voluntat de canviar el paradigma dels mitjans. S'ocupa de conflictes socials, política, cultura i viatges a Àfrica, Àsia, Amèrica Llatina, països del Mediterrani i els Balcans. Tracta de trobar en les experiències interactives que desenvolupa una atenció activa del lector mitjançant estratègies de gamificació i interactivitat. D'aquesta manera l'objectiu és parlar de temes difícils d'una forma lúdica i amena sense arribar a la frivolitat.

[www.angeloattanasio.com](http://www.angeloattanasio.com)  
[angelo.attanasio@hotmail.com](mailto:angelo.attanasio@hotmail.com)

- \* Premi Rei d'Espanya de Periodisme 2016, Categoria Digital
- \* Premi Periodisme en Positiu 2016
- \* Menció Especial Premis Ortega y Gasset 2015 i 2016, a la millor cobertura multimèdia
- \* Longlist of One World Media Awards 2015, Digital Media Award category
- \* Premi de Periodisme sobre Investigació i Innovació Tecnològica “Tecnalia” (VII edició)
- \* Beca European Journalism Centre (EJC)

### Arnau Gifreu

“COME/IN/DOC”

“Cyborg Project”

“Sexe, Maraques i Chihuahues”

Arnau Gifreu Castells és professor, investigador i realitzador en l'àmbit de l'audiovisual i el multimèdia. Doctor en Comunicació i Màster en Arts Digitals per la Universitat Pompeu Fabra. Investigador afiliat del Open Documentary Lab (MIT) i membre de la organització i-Docs (UWE-DCRC). En relació a projectes interactius i transmèdia, ha participat en la direcció (“COME/IN/DOC”, “La Marató de TV3”), la producció de “Cyborg Project”, i en l'assessoria de diversos projectes com “Las Sinsombrero” i “Pregoneros de Medellín”.

[www.agifreu.com](http://www.agifreu.com)  
[agifreu@gmail.com](mailto:agifreu@gmail.com)

COME/IN/DOC:

- \* IDFA Doclab Database
- \* Horizon Interactive Awards Gold Winner - Video - Short Film / Documentary (Categoria)
- \* Horizon Interactive Awards Gold Winner Websites - Training / E-Learning (Categoria)
- \* Interactive Media Awards - IMA Best in Class Award / Education (Categoria)
- \* Davey Awards - Interactive Multimedia / Education (Categoria)
- \* COME/IN/DOC Cross Video Days 2014 - Selecció



### Carlos Obando

“Congost vist pel Congost”

Investigador de nous formats transmediàtics, l'univers web 2.0 i la televisió social.

[www.carloso-bcn.com](http://www.carloso-bcn.com)  
[carloso@carloso-bcn.com](mailto:carloso@carloso-bcn.com)

### Oriol Gironès Gomis

“ASIABCN”

“9N, la revolta de les urnes”

Oriol Gironès (Barcelona, 1980). Periodista i comunicador. Ha col·laborat en diversos mitjans escrits i audiovisuals, en fotografia i en projectes multimèdia. Actualment treballa com a Coordinador del departament de comunicació de Casa Àsia. Ha creat i col·labora en projectes webdocs com #ASIABCN o 9n, la revolta de les urnes. Actualment treballa en la post-producció d'un projecte amb el Grup de Periodistes Contrast per realitzar el webdoc (Des)oblidar Armènia que sortirà a la llum durant l'any 2017.

[www.oriolgirones.com](http://www.oriolgirones.com)  
[ogirones@gmail.com](mailto:ogirones@gmail.com)

#### MITJANS:

### Diari ARA. Interactius + araData

“Tots els gols de Leo Messi”

“Perquè Catalunya crema”

L'equip d'interactius de l'ARA té per objectiu oferir als periodistes del diari un entorn creatiu i uns recursos tècnics i humans perquè puguin investigar i innovar amb totes les possibilitats que ofereix el medi digital i audiovisual a l'hora de tractar les informacions des d'una nova vessant. Els projectes s'ideen i es construeixen sempre de forma coordinada des de tres àrees de la redacció (la tecnològica, la visual i la periodística), per així poder oferir al lector experiències de lectura més atractives i completes.

[www.ara.cat](http://www.ara.cat)  
[rmarfa@ara.cat](mailto:rmarfa@ara.cat)  
Ricard Marfà

- \* Laus (disseny)
- \* ÑH (disseny periodístic)
- \* Malofiej (Infografia)

### El Diario

“Detrás del paraíso”

“Projecte FAM”

eldiario.es és un mitjà de comunicació digital espanyol creat l'any 2012 i editat en castellà, disponible des del 18 de setembre de 2012. El seu director és Ignacio Escolar i està editat per la societat limitada Diaro de Prensa Digital S.L, de propietat, en més del 70%, dels mateixos periodistes del diari. La línia editorial es dirigeix a un públic d'esquerres, jove i amb formació “acadèmica”. Quant a l'audiència, comScore certifica que al juny eldiario.es va arribar als 5,6 milions de lectors i té 19.264 socis

subscrits. És el segon diari digital nadiu d'Espanya per volum de trànsit.

[www.eldiario.es](http://www.eldiario.es)  
[ealonso@eldiario.es](mailto:ealonso@eldiario.es), Esther Alonso.

### El Periódico de Catalunya

“Connecting Africa”

El Periódico de Catalunya és un diari d'informació general de pagament i distribució matinal, editat a Barcelona en català i castellà. Pertany al Grupo Zeta i ideològicament està considerat catalanista i progressista. Fundat per Antonio Asensio Pizarro, va publicar el seu primer exemplar el 26 d'octubre del 1978. I des del 2010 el seu director és Enric Hernández. Quant a difusió, al setembre El Periódico va arribar als 77.000 exemplars i als 5.098 milions d'usuaris únics al mes en la seva versió digital.

[www.elperiodico.com](http://www.elperiodico.com)  
[idelatorre@elperiodico.com](mailto:idelatorre@elperiodico.com)  
Iosu de la Torre

### Corporació Catalana de Mitjans Audiovisuals

“Guernica, pintura de guerra”

“My friend”, especial 360°

“Sexe, Maraques i Chihuahues”

“Amb títol”

“Ariadna, un recorregut interactiu per la història i la literatura catalana del segle XX”

La CCMA Interactiva té la missió d'oferir a tots els ciutadans de Catalunya un servei





públic audiovisual de qualitat, compromès amb els principis ètics i democràtics i amb la promoció de la cultura i de la llengua catalana, sent un model de referència de qualitat i innovació. La producció i difusió d'aquest servei es gestionarà amb criteris d'eficiència i buscant la màxima acceptació per part del públic.

També ha d'impulsar l'oferta de continguts a través dels nous mitjans de comunicació social i de les noves tecnologies, com la ràdio i la televisió digital, internet o telefonia mòbil.

[www.ccma.cat](http://www.ccma.cat)

[fclavell.r@ccma.cat](mailto:fclavell.r@ccma.cat)

Ferran Clavell

\* “Guernica, pintura de guerra” va ser nominat als Digital Emmy Awards l'any 2008, així com també va ser nominat a diferents guardons als Estats Units: dos a l' Horizon Interactive, a Indiana, i tres medalles als premis Promax de Nova York.

## La Vanguardia

[“El tren fantasma de Africa”](#)

El diari La Vanguardia disposa d'un departament especialitzat en reportatges informatius multimèdia en profunditat. Algun dels seus treballs més reconeguts són “El tren fantasma de Africa” i “Hamal, el inmigrante marroquí arrastrado al drama de los refugiados”.

[www.lavanguardia.com](http://www.lavanguardia.com)

[jalbarran@lavanguardia.com](mailto:jalbarran@lavanguardia.com)

Joel Albarran

