

## Treball de fi de grau

Títol

**Ruedas de la Noche: Un Webdoc sobre el món dels Taxis  
Nocturns a Barcelona**

Autor/a

**Gabriel Pepe Martínez**

Tutor/a

**Miguel Ángel Martín**

Departament	Departament de Comunicació Audiovisual i de Publicitat
Grau	Periodisme
Tipus de TFG	Projecte
Data	02/06/2015

## Full resum del TFG

### Títol del Treball Fi de Grau:

**Català:**

**Ruedas de la Noche: Un Webdoc sobre el món dels Taxis Nocturns a Barcelona**

**Castellà:**

Ruedas de la Noche: Un Webdoc sobre el mundo de los Taxis Nocturnos en Barcelona

**Anglès:**

Ruedas de la Noche: A Webdoc about the world of Night Taxicabs in Barcelona

**Autor/a:**

Gabriel Pepe Martínez

**Tutor/a:**

Miguel Ángel Martín

**Curs:**

2015/15

**Grau:**

Periodisme

### Paraules clau (mínim 3)

**Català:**

Taxis, Taxis Nocturns, Webdoc, Documental Interactiu, Barcelona,

**Castellà:**

Taxis, Taxis Nocturnos, Webdoc, Documental Interactivo, Barcelona

**Anglès:**

Taxicabs, Night Taxicabs, Webdoc, Interactive Documentary, Barcelona

### Resum del Treball Fi de Grau (extensió màxima 100 paraules)

**Català:**

A les nits, els taxis es fan imprescindibles per al transport públic a Barcelona. Molts dels seus usuaris, tot i això, ignoren completament el funcionament d'aquest mercat: la seva regulació, el preu de convertir-se en taxista, els horaris a vegades exhaustius... Ruedas de la Noche és un Webdocumental que pretendeix aproximar taxistes i usuaris revelant facetes desconegudes d'aquest món.

**Castellà:**

Por las noches, los taxis se hacen imprescindibles para el transporte público en Barcelona. Muchos de sus usuarios, sin embargo, ignoran completamente el funcionamiento de este mercado: su regulación, el precio de convertirse en taxista, los horarios a veces exhaustivos... Ruedas de la Noche es un Webdocumental que pretende aproximar taxistas y usuarios desvelando las varias facetas desconocidas de este mundo.

**Anglès:**

At night, taxicabs become essential to public transportation in Barcelona. However, a lot of taxicab users have a lack of knowledge about this market's operation: it's regulation, the price of becoming a taxi driver, the sometimes exhausting schedules... Ruedas de la Noche is a Webdocumentary that seeks the approach between taxi drivers and users, revealing the various unknown facets of this world.

## Compromís d'obra original\*

L'ESTUDIANT QUE PRESENTA AQUEST TREBALL DECLARA QUE:

1. Aquest treball és original i no està plagiat, en part o totalment
2. Les fonts han estat convenientment citades i referenciades
3. Aquest treball no s'ha presentat prèviament a aquesta Universitat o d'altres

I perquè així consti, afegeix a aquesta plana el seu nom i cognoms i el signa:

**Gabriel Pepe Martínez**

**\*Aquest full s'ha d'imprimir i lliurar en mà al tutor abans la presentació oral**

GABRIEL PEPE MARTÍNEZ

# RUEDAS DE LA NOCHE

UN WEBDOC SOBRE EL MUNDO DE LOS TAXIS NOCTURNOS EN BARCELONA



# ***RUEDAS DE LA NOCHE:***

## **Un webdocumental sobre el mundo de los Taxis Nocturnos en Barcelona**

**Gabriel Pepe Martínez**

Universitat Autònoma de Barcelona

### **Resumen / Abstract / Resum**

Por las noches, los taxis se hacen imprescindibles para el transporte público en Barcelona. Muchos de sus usuarios, sin embargo, ignoran completamente el funcionamiento de este mercado: su regulación, el precio de convertirse en taxista, los horarios a veces exhaustivos... Ruedas de la Noche es un Webdocumental que pretende aproximar taxistas y usuarios desvelando las varias facetas desconocidas de este mundo.

At night, taxicabs become essential to public transportation in Barcelona. However, a lot of taxicab users have a lack of knowledge about this market's operation: it's regulation, the price of becoming a taxi driver, the sometimes exhausting schedules... Ruedas de la Noche is a Webdocumentary that seeks the approach between taxi drivers and users, revealing the various unknown facets of this world.

A les nits, els taxis es fan imprescindibles per al transport públic a Barcelona. Molts dels seus usuaris, tot i això, ignoren completament el funcionament d'aquest mercat: la seva regulació, el preu de convertir-se en taxista, els horaris a vegades exhaustius... Ruedas de la Noche és un Webdocumental que pretendeix aproximar taxistes i usuaris revelant facetes desconegudes d'aquest món.

### **Palabras clave / Keywords / Paraules Clau**

Taxis, Taxis Nocturnos, Webdoc, Documental Interactivo, Barcelona

Taxicabs, Night Taxis, Webdoc, Interactive Documentary, Barcelona

Taxis, Taxis Nocturns, Webdoc, Documental Interactiu, Barcelona

# ÍNDEx

<b>1. Introducción</b> .....	4
1.1. Presentación.....	5
1.2. Marco Teórico: el Webdoc.....	7
1.2.1. Definición.....	7
1.2.2. Evolución.....	9
1.2.3. Categorización.....	10
1.2.4. Análisis de otros proyectos.....	14
1.2.5. Situación actual del webdoc.....	23
<b>2. Ruedas de la Noche</b> .....	25
2.1. Contexto.....	26
2.1.1. Un poco de historia.....	26
2.1.2. Situación actual de los taxis.....	27
2.2. Público objetivo.....	29
2.3. El producto.....	32
2.3.1. Navegación.....	33
2.3.1.1. Mapa Web.....	52
2.3.2. Tratamiento gráfico.....	53
2.3.2.1. Tipografía.....	53
2.3.2.2. Color.....	55
2.3.2.3. Formas y efectos.....	56
2.3.3. Tratamiento Audiovisual de los Fragmentos de Vídeo.....	58
2.3.3.1. Cámara.....	58
2.3.3.2. Fotografía.....	59

2.3.3.3. Sonido.....	59
2.3.3.4. Montaje.....	59
<b>2.4. Producción del webdoc.....</b>	<b>60</b>
2.4.1. Equipo humano.....	60
2.4.2. Equipo físico.....	61
2.4.3. Fases del proyecto.....	62
2.4.3.1. Preproducción.....	63
2.4.3.2. Producción.....	64
2.4.3.3. Postproducción.....	77
<b>2.5. Presupuesto.....</b>	<b>79</b>
<b>3. Conclusiones.....</b>	<b>81</b>
<b>4. Anexos.....</b>	<b>85</b>
<b>5. Bibliografía.....</b>	<b>90</b>

# ***INTRODUCCIÓN***

# PRESENTACIÓN

Este proyecto es la unión de dos curiosidades personales sin ninguna relación inicial: **el oscuro mundo de los taxis nocturnos y los esfuerzos del webdocumental por crecer como género audiovisual.**

Los prejuicios rondan continuamente la figura de los taxistas, los profesionales del transporte encargados de llevarnos a casa cuando ya no queda ningún otro medio. A la vez, son pocos los que sienten verdadero interés por su contexto: conducir por las calles de Barcelona mientras los demás duermen o se divierten no se muestra una profesión muy agradable para la mayoría, hecho que inevitablemente provoca preguntas: ¿Qué lleva a alguien a ser taxista? ¿Cuánto ganan en media por mes? ¿Qué hay que hacer para poder conducir un taxi? ¿Alguien los regula?

**Tanto el funcionamiento del mercado como el propio oficio de taxista resultan ser una incógnita** para los pasajeros que cada día se suben a sus coches. El usuario común de turismos seguramente desarrolla una cierta curiosidad por la profesión, pero dicho interés no pasa precisamente de esto: inocente curiosidad. **Aquí hay un público latente. Solo hace falta un puente, alguien que entre en el mundo de los taxis y pregunte las dudas del ciudadano común.**

En las investigaciones iniciales, se hizo patente que la desinformación relativa al taxi tiene un claro origen en el *propio sector* del taxi. **Los portales que ahora mismo ofrecen contenido sobre el mercado de turismos son limitados y carecen de voluntad innovadora.** Visto este agujero comunicativo, los taxis se confirmaron como la temática definitiva del proyecto.

**Por la otra parte, no había medio más adecuado para abordar un tema de naturaleza tan general como el webdoc.** El joven género se ha mostrado ideal para contar historias con temáticas amplias, satisfaciendo ambos perfiles de usuario: el que quiere “curiosear” por las secciones del producto, contentado con consumir uno o dos fragmentos de la historia, y el que busca un conocimiento completo del tema en cuestión. **La posibilidad de satisfacer a ambos perfiles es resultado de una libertad narrativa que los documentales tradicionales,** los parientes más próximos de los webdocumentales, no tienen y que de hecho condicionan la concepción misma de la obra audiovisual. En menor medida, el fuerte componente de diseño del webdoc también fue un factor de interés personal a la hora de elegirlo como formato para contar la historia.

El documental interactivo (como también se denomina al webdoc) **está, lentamente, encontrando su espacio en la industria de la comunicación, un espacio que se merece.** Son espantosas las posibilidades que la interactividad ofrece y como consecuencia muchos

proyectos de calidad brotan cada día en la red. ¿Por qué no, pues, aportar un grano más de arena a la producción webdocumental?

Tras una profunda documentación acerca del mundo del taxi en foros, portales institucionales, medios digitales, llamadas y entrevistas, **se podría decir que las secciones de Ruedas de la Noche se construyeron solas**, sacando el máximo provecho de dicha libertad narrativa que el medio interactivo le ofrece. Conforme se iba ideando el proyecto, más viable parecía ser y el plan de producción lo demuestra.

En las próximas páginas, el lector se encontrará un proyecto bien fundamentado: *Ruedas de la Noche* trata de un tema de interés, busca hacerlo de una forma innovadora y cuenta con un plan detallado de cómo llevarlo a cabo.

# MARCO TEÓRICO

## Definición de Webdoc

El *webdoc* – abreviatura de *webdocumental* y equiparable a los conceptos de *documental interactivo*, *documental de nuevos medios*, *documental multimedia*, *iDoc*, entre otros –, como puede percibirse por su variedad de nombres, es un género multimedia muy joven: **los proyectos más representativos han ido apareciendo en la última década**, por lo que aún se está terminando de perfilar su identidad.

Las dos principales formas con las que se ha llamado al género son **webdocumental** (*webdoc*) e **interactive documentary** (*iDoc*), la primera más común en Francia, la segunda, más utilizada en Canadá. Ambas datan del año 2002: a la vez que Mitchel Whitelaw hablaba de un nuevo tipo de género que desestabilizaba las bases del documental lineal (Whitelaw, 2002), en el festival *Cinéma du Réel* en París se discutía acerca de una nueva forma de documental resultante de la fusión entre blogs, la *webtv* y las revistas en línea (Centre Pompidou, 2002). Según explica el principal autor español sobre el tema, Arnau Gifreu, el documental interactivo es hiperónimo del **webdoc, que viene a ser el hermano menor de toda una generación de documentales interactivos**, pero que “ha resultado el preferido de la familia y es donde hay más esperanzas depositadas: podríamos decir que el 90 – 95% de los documentales interactivos actuales son *webdocs*, es decir, cuentan con la red Internet y el ordenador como principal soporte” (Gifreu, La familia del documental interactivo, 2014).

Por lo tanto, un *webdoc* es un documental interactivo (*iDoc*) que ha encontrado en internet el ecosistema ideal para desarrollarse y reproducirse (Gaudenzi, 2012). En el mundo actual, donde los soportes fuera de línea están perdiendo espacio para el *streaming* y la adquisición en red, el documental interactivo tiene mucho más sentido si se produce para ser consumido integralmente en línea. Por ello, **se analizarán los estudios académicos referentes tanto al concepto de Webdoc como al concepto de iDoc, visto que ambos, a nivel conceptual, solo difieren en el soporte con el que se consumen.**

Aclarado este punto, se analizarán las principales definiciones de *iDoc*, que empiezan a aparecer a partir del año 2007.

La primera definición tomada como referencia y a la vez, la más sintética, viene de la mano de Dayne Galloway: “*At face value, the definition of interactive documentary is very straightforward – we may define it as any documentary that uses interactivity as a core part of its delivery mechanism*” (Galloway & McAlpine, 2007).

En esta definición, formulada en el año 2007, Galloway da por supuesto que el iDoc es una subdivisión del documental audiovisual. **En estudios posteriores sobre el género, sin embargo, los autores pretenden romper con esta dependencia,** pero manteniendo el principio activo del documental audiovisual, la “realidad”:

For us any project that starts with an intention to document the ‘real’ and that does so by using digital interactive technology can be considered an i-doc. What unites all these projects is this intersection between digital interactive technology and documentary practice. (Lington, 2015)

A partir de aquí, podemos delinear las dos características fundamentales del iDoc: **la intención documental de retratar la realidad y la interactividad**, con su consecuente variedad de relatos. Como en la teoría de los universos paralelos, a cada decisión que toma el usuario sobre cómo va a consumir el documental, creamos un nuevo relato para la historia.

“The webdocumentary is a form of documentary conceived specifically for the web and broadcast online. It’s navigable and interactive, and is usually characterized by non-linear narrative, a specialized script, and multi-media content.” (Documentary Network, 2011)

Esta definición del *Documentary Network* incorpora un tercer elemento muy importante en el documental interactivo: el contenido multimedia. Las interrelaciones entre los elementos de texto, imágenes estáticas, audios y vídeos son un recurso inherente a un iDoc – y por consiguiente a un *webdoc*, no olvidemos – de calidad.

En una definición propia del concepto, el webdoc es **un género audiovisual con voluntad documental basado en la red y en que la participación del usuario es necesaria para el desarrollo de la historia, puesto que incorpora componentes interactivos multimedia que proporcionan varios posibles relatos para un mismo tema** (En esta definición, *documental* no se refiere al género documental, sino que a la voluntad de retratar, o *documentar* la realidad).

## Evolución del Webdoc

El esfuerzo académico por encontrar una definición y un origen al webdoc se ha ido incrementando a medida que nuevas propuestas surgían en el ámbito comunicativo. Arnau Gifreu (Gifreu, 2013), investigador de la UPF, partiendo del modelo del “doble nacimiento de los medios” de Gaudreault y Marion (Gaudreault & Marion, December 2002) y del modelo de Altman (Altman, 1999) aplicado al cine, Gifreu determinó cuatro fases para el desarrollo de los documentales interactivos: Aparición, Emergencia, Consolidación y Diversificación.

**En el período de Aparición**, correspondiente a los años 80, el documental interactivo aparece pero sin conciencia de sí mismo, supeditado a otros géneros – siendo el documental audiovisual el principal referente – con una interactividad primitiva basada en el videodisco. El principal impulsor del documental interactivo en esta fase fue fundamentalmente la industria del arte, que ofrecía *tours* virtuales por obras en los que se podían pasar de una a otra utilizando un libreto informativo como apoyo. Los principales ejemplos elegidos por Gifreu de esta fase son *Aspen Movie Map* y *SimCity*.

**En el período de Aparición ocurre el Nacimiento de Gaudreault y Marion.** En el año 1989, el iDoc sigue ocultando su “bastardía” citando a otros géneros. Tecnológicamente, llega el ordenador personal por parte de Apple y con él el proyecto *Moss Landing*, en que el usuario podía explorar un pueblo portuario de EEUU fragmentado en los relatos de algunos de sus habitantes, utilizando la estructura de mosaico como interfaz.

**En la fase de Experimentación** (correspondiente a los años 90 y principios de los 2000), el iDoc desarrolla su identidad, explorando las posibilidades que el nuevo género permite. A partir del concepto inaugurado por *Moss Landing* surgen varios proyectos en que el usuario puede explorar un tema mediante una interactividad cada vez más avanzada, todo ello permitido por el surgimiento de la Web 2.0, en la que el usuario es partícipe en la generación de contenido, y como ejemplo cita a *Boston renewed vista* y *Joan Miró: El color dels somnis*.

**En la fase de Consolidación** (que abarca la última década y llega casi a la actualidad), el iDoc, con el *boom* de las tecnologías digitales de la primera década del siglo XXI *consolida* su identidad propia, aumenta gradualmente sus recursos narrativos gracias a la portabilidad de los ordenadores, la aparición de los *smartphones*, la multimedialidad de los nuevos contenidos y nuevos *softwares* de programación. Nueva información puede ser recopilada en más cantidad, como se puede percibir en los ejemplos de *Rider Spoke* o *Gaza Sderot*.

En una última fase, que empieza en los días actuales y según los pronósticos parece extenderse a la próxima década, con la realidad aumentada y la web semántica, entre otras tecnologías, y

que está en desarrollo actualmente, los documentales interactivos ganan multiplicidad de formas de acuerdo con el tipo de interacción, los recursos utilizados, la predominancia de un medio u otro... Todos englobados dentro del género iDoc. Como ejemplos, tenemos *Welcome to Pine Point* o *Out My Window*.

## Categorización del Webdoc

Actualmente, dentro de la producción académica relativa a los iDocs, se tomarán como referencia tres autoras en lo referente a su categorización: Kate Nash y Marie Laurie Ryan. La primera busca una clasificación más amplia, dividiendo los webdocs en tres grandes grupos según su interactividad a nivel macro (Nash, 2012), mientras Marie Laurie Ryan se centra en la estructura narrativa interactiva, sin hacer referencia directamente al iDoc (Ryan, 2001). **La interactividad se muestra como el eje alrededor del cual gira el iDoc, sirviendo de referencia en su categorización.**

## Webdocs Narrativos, Categóricos y Colaborativos

La clasificación de Nash representa un buen punto de partida para delimitar los tipos de webdoc porque los rasgos que los difieren son muy claros. Teniendo en cuenta el tipo de interactividad, las tres categorías se presentan como una escala que va desde el documental audiovisual tradicional a la página web:

1. **Narrativos:** Son los que tienen un orden causal delimitado, y se puede percibir un *avance* conforme se explora el webdoc. Son los que presentan más control del autor, que establece las relaciones entre los eventos accesibles por el usuario, relaciones que tienden hacia una narración preestablecida del autor. Pese a que los fragmentos de la historia puedan ser consumidos fuera de un orden cronológico, el usuario, mediante el énfasis o el drama distingue las relaciones de causa y efecto y establecer por sí mismo el orden de los eventos. Son los que más se acercan al documental audiovisual y, como resalta Nash, se puede apreciar esta mayor proximidad en el propio tratamiento visual de los elementos de vídeo dentro del webdoc.

En esta categoría se encuadran webdocs como *Journey to the end of Coal* (Honkytonk Films, 2008), *The Wrong Crowd* (ABC, 2008)(ABC), *Rapporteur de Crise* (Honkytonk Films, 2009) o *Prision Valley* (ARTE, 2011), entre otros.

2. **Webdocs categóricos:** Son los que no tienen un avance claro y poseen una exploración más libre, puesto que sus elementos se agrupan en torno a temas o lugares. Pese a presentar un compilado de micronarrativas con una estructura interna, éstas no

presentan ninguna relación entre ellas. El tratamiento audiovisual es más innovador, puesto que se busca una mayor ruptura con la narrativa audiovisual.

Los principales ejemplos de esta categoría son *Gaza/Sderot* (ARTE, 2009), *Waterlife* (NFB, 2009)(NFB), *Out My Window* (NFB, 2011) o *Masterchef* (Lab RTVE, 2013).

3. **Webdocs colaborativos:** los que más se alejan de los documentales audiovisuales son también los que más se acercan a las plataformas más representativas del web 2.0: las redes sociales. Los webdocs colaborativos sirven como una base de datos en la que los usuarios son a la vez generadores de contenido y sin ellos no existe webdoc. El webdoc se constituye así como punto de unión y de formación de comunidad. El autor del webdoc, pues, tiene un papel secundario en la propia *autoría* del webdoc, limitándose a, una vez establecida la plataforma, moderarla.

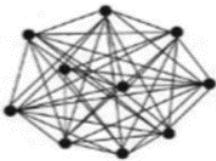
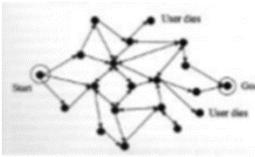
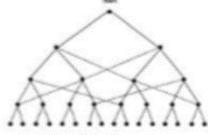
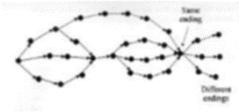
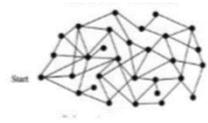
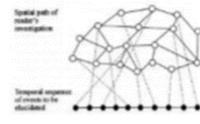
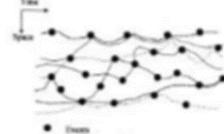
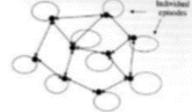
Los ejemplos más significativos son *18 Days in Egypt* (GroupStream), *Mapping main Streets* (Airmedia, 2010), entre otros.

Si es verdad que los webdocs narrativos tienen una estructura más cerrada, no significa que por ello sean menos sofisticados, todo dependerá de la interactividad que desee el usuario. Vista también la juventud de este género, muchos webdocs son híbridos entre una categoría y otra. *Prision Valley* (2010) de ARTE, por ejemplo, se encuadra en los webdocs narrativos, pero incorpora fóruns y plataformas de interacción entre los usuarios e incluso con los personajes de la historia.

### Las Estructuras Interactivas según Ryan (Tabla 1)

Enlazando con los diferentes grados de interacción y contribución del usuario, Marie-Laure Ryan afirma: "La interactividad con sentido requiere un compromiso entre alcance y planificación, entre el descubrimiento y la predictibilidad" (Ryan, 2001). Un proyecto puede presentar formas innovadoras de interacción, pero si no se establece un equilibrio con la predictibilidad que necesita un usuario para no perderse en la navegación, no tendría éxito.

Tabla 1. Modelos de narrativas interactivas según Marie-Laure Ryan (2002). Imágenes pendientes de permiso.

<b>DESCRIPCIÓN</b>	<b>FIGURA</b>
<p><b>Grafo Completo</b></p> <p>Todas las secciones están enlazadas entre sí y el usuario puede moverse bidireccionalmente entre ellas</p>	
<p><b>Red</b></p> <p>Secciones conectadas entre sí por circuitos y el usuario navega por ellas en un sentido uni o bidireccional</p>	
<p><b>Árbol</b></p> <p>El usuario se avanza mediante decisiones en checkpoints</p>	
<p><b>Vector con Ramas</b></p> <p>Las principales secciones están alineadas una tras la otra. El usuario avanza de un punto a otro, pero con la posibilidad de explorar contenidos extra</p>	
<p><b>Red direccional</b></p> <p>Las secciones se conectan como un diagrama de flujo. El usuario avanza en diversos recorridos hacia uno o más finales</p>	
<p><b>Laberinto</b></p> <p>Cada sección está conectada con solo una de las otras secciones. El usuario navega bidireccionalmente buscando el final del laberinto</p>	
<p><b>Historia oculta</b></p> <p>Las principales secciones están alineadas una tras la otra, conectadas con otras escondidas. El usuario navega bidireccionalmente intentando reconstruir la narración</p>	
<p><b>Historia Múltiple</b></p> <p>El usuario determina su propio camino y puede cambiar de puntos de vista</p>	
<p><b>Zona de acción</b></p> <p>El usuario selecciona un "mundo", que contiene diferentes narrativas</p>	

En su defensa de la planificación de los interactivos, la autora, sin diferenciar juegos de iDocs o de otras producciones, establece una serie de estructuras de narración interactivas, que buscan abarcar todos los tipos de construcción de relatos de este tipo. Aunque se puedan clasificar la mayoría de iDocs en la clasificación propuesta, **las diferentes estructuras narrativas pueden mezclarse, dando origen a productos híbridos.**

Al relacionar las teorías de Nash y Ryan, se pueden establecer relaciones entre las clasificaciones: puesto que en los *webdocs colaborativos* de Nash todos los elementos generados por los usuarios son accesibles desde una página inicial, estos se encuadrarían en la estructura de *Espacio de Acción* de Ryan. Mientras tanto, los *webdocs categóricos* de Nash, cuyas diferentes micronarraciones enlazadas y accesibles desde diferentes puntos de una red, se corresponderían precisamente con la estructura de *Red* de Ryan. **Dos clasificaciones diferentes, la primera más enfocada en el consumo del iDoc y la segunda en la producción de este.**

## **Análisis de otros proyectos**

De cara a la concepción de Ruedas de la noche, es evidente que se necesita un análisis en cantidad y profundidad de otros webdocs de éxito, buscando abarcar con ejemplos todo el rango de producciones conocidas hasta ahora. También es útil aplicar las clasificaciones tomadas como referencia de los ejemplos utilizados, para así tener más autoconocimiento de proyecto en el momento de producción.

### **Criterios de elección**

Los webdocs elegidos para análisis pertenecen a los períodos de Consolidación y Diversificación de Gifreu (2012), en los que las producciones ya tienen una identidad plena y pueden someterse a un análisis teórico de forma más concreta.

Entre los webdocs seleccionados, que constituyen una muestra representativa de la producción actual, se nota una fuerte presencia de los principales inversores en el género, Francia y Canadá. Las productoras National Film Board of Canada y ARTE acaparan los webdocs de más calidad y de mayor reconocimiento internacional, con *Prison Valley* (ARTE, 2011) y *Welcome to Pine Point* (NFB, 2011) encabezando la lista. En un segundo plano aparece Honkytonk Films, productora francesa que ofreció webdocs de considerable calidad antes de que ARTE y NFB empezaran a hacerlo, con menos recursos de los que disponen estos últimos. El más representativo, *Journey to the End of Coal*, que se publicó en el 2008, en lo que Gifreu denomina fase de Consolidación. También buscando dar una muestra de la producción nacional, se ha elegido a un proyecto de RTVE, que también destina recursos a la innovación documental en producciones como *Caídos en el Muro* (2010) o *MonteLab* (2011).

### **Criterios de análisis**

Los webdocs también están seleccionados de forma que se pueda ofrecer al menos un ejemplo de cada categoría propuesta por Marie-Laure Ryan (2001), y uno de Kate Nash (2012).

Pese a ello, la juventud del género conlleva a que no haya webdocs “plenos” en que indiscutiblemente predominen en términos de calidad unos sobre los otros, sino que ciertos proyectos exploran más determinados aspectos, que se convierten en sus puntos fuertes, mientras dejan otros de lado, sus puntos débiles, que se tienen que tener en cuenta a la hora de hacer un proyecto propio.

Por último, pero no menos importante, es necesario abordar qué tipo de interactividad tienen estos webdocs.

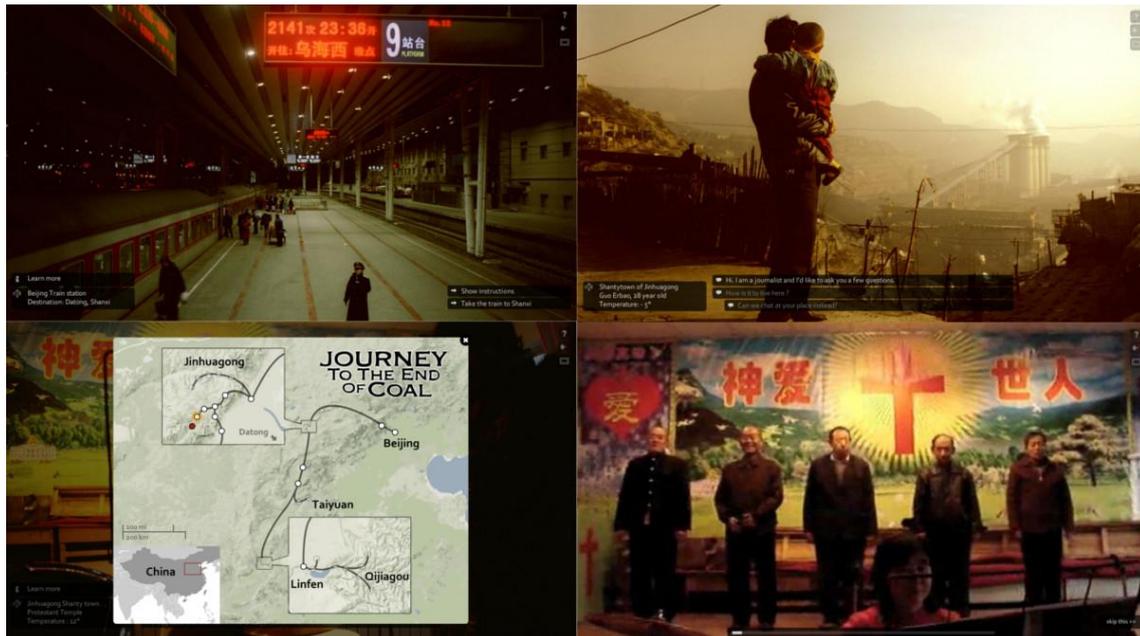


Ilustración 1. Interfaz de Journey to the End of Coal (Honkytonk Films, 2008)

**LNK**

## Journey to the End of Coal // Honkytonk Films, 2008

**Sinopsis:** El usuario es un periodista enviado a China para investigar sobre los frecuentes accidentes en las minas de carbón, causa de la muerte de centenas/miles de mineros chinos cada año. La historia empieza en Pequín, donde el usuario coge el tren hacia las varias regiones mineras de la provincia de Shanxi y descubre las deplorables situaciones en las que trabajan y viven los mineros. Mientras tanto, debe evadir el control de la policía y de los capataces de los empresarios mineros chinos.

**Clasificación según Nash:** Narrativo

**Clasificación según Ryan:** Árbol

**Interactividad:** Consiste únicamente en hacer clic sobre las opciones de caminos a tomar/preguntas a hacer que se presentan en pantalla y saltar la reproducción de determinados elementos audiovisuales. También se puede desplegar un mapa que indica el progreso del usuario en el webdoc.

**Puntos fuertes:** dosificación del contenido, sencillez de consumo y optimización de recursos audiovisuales.

**Puntos débiles:** pobreza en interactividad y cierta falta de control del usuario en determinados puntos del webdoc.

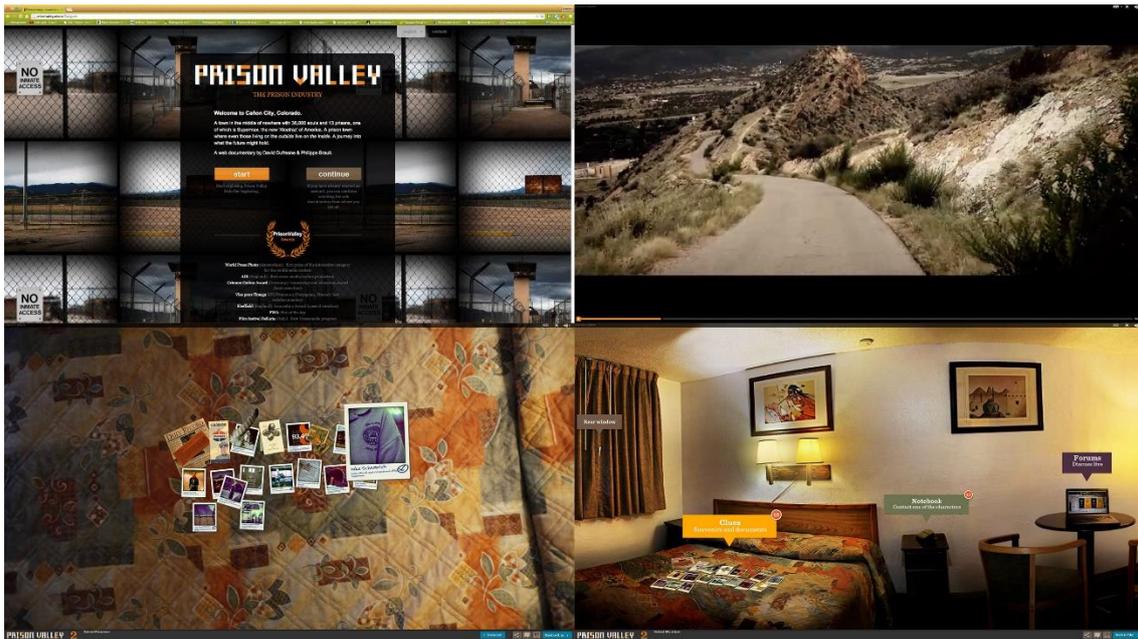


Ilustración 2. Interfaz de Prison Valley (ARTE, 2010)

**UTK**

## Prison Valley // ARTE, 2010

**Sinopsis:** El usuario se pone otra vez en la piel de un periodista que visita Cañon City, Colorado, “un pueblo en el medio de la nada”, que sobrevive gracias a los negocios generados por 13 diferentes cárceles esparcidas a lo largo del valle. Conforme el usuario explora el pueblo lúgubre y asfixiante (y sus prisiones), conoce más sobre el sistema carcelario estadounidense.

**Clasificación según Nash:** Narrativo

**Clasificación según Ryan:** Vector con ramas

**Interactividad:** Las principales interacciones consisten en hacer clic en las opciones de caminos que tomar, desplegar información complementaria a los contenidos audiovisuales y contestar a preguntas esporádicas a lo largo del webdoc. Además, el usuario puede “ir al hotel” siempre que quiera, y allí puede participar en foros de discusión y “ver la tele”, además de recapitular el camino recorrido a través de fotos presuntamente sacadas durante el recorrido

**Puntos fuertes:** variedad en la interactividad y en la forma de presentar la información. Calidad audiovisual.

**Puntos débiles:** demasiado dramatismo en la narración.



Ilustración 3. Interfaz de Montelab (RTVE, 2011)



## Montelab // RTVE, 2011

**Sinopsis:** El usuario encarna un ciudadano español que compró su piso durante la euforia del ladrillo en el año 2008. Entonces estalla la crisis y el ciudadano debe tomar las decisiones correctas para llevar a la familia adelante en estos tiempos difíciles, en unos núcleos residenciales donde algunos servicios básicos no funcionan bien o simplemente no existen.

**Clasificación según Nash:** Narrativo

**Clasificación según Ryan:** Diagrama de flujo

**Interactividad:** Consiste únicamente en hacer clic sobre las opciones de caminos a tomar que se presentan en pantalla y saltar la reproducción de determinados elementos audiovisuales. También permite en ciertos puntos mover el personaje mediante *scroll*, pero es una interacción puramente ornamental, puesto que no tiene consecuencias en el desenlace de la historia. El usuario cuenta también con marcadores de "felicidad" y "gastos" que cambian a cada decisión tomada.

**Puntos fuertes:** sencillez de consumo pese al fuerte componente de juego, que involucra más al usuario.

**Puntos débiles:** poca calidad audiovisual.

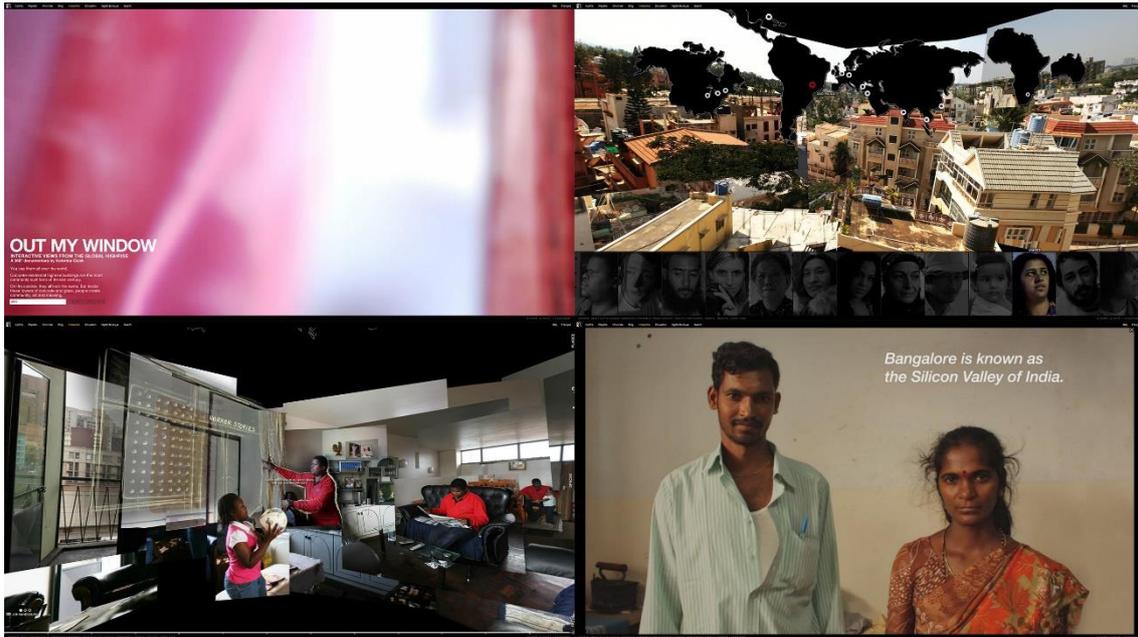


Ilustración 4 Interfaz de Out My Window (NFB, 2011)



## Out my window // NFB, 2011

**Sinopsis:** El usuario no asume ningún papel y entra en diferentes pisos de todo el mundo, conociendo la cultura de las personas que viven dentro y el entorno que ven desde sus ventanas. En todos los casos, se perciben fuertes conflictos, sean culturales, económicos o sociales, desde dentro hacia fuera. El documental también explora el tema musical con los personajes que tocan, en su casa, música típica de su cultura.

**Clasificación según Nash:** Categórico

**Clasificación según Ryan:** Zona de Acción

**Interactividad:** Se basa en la elección, sea desde un mapa, por los espacios o por los personajes, de qué historia ver. Además, el webdoc incorpora la tecnología de la cámara 360° Yellowbird, con la que el usuario puede explorar, utilizando el ratón, todo el espacio donde ocurre la acción.

**Puntos fuertes:** calidad e innovación gráfica, optimización de recursos audiovisuales, fácil navegabilidad.

**Puntos débiles:** interacción limitada.

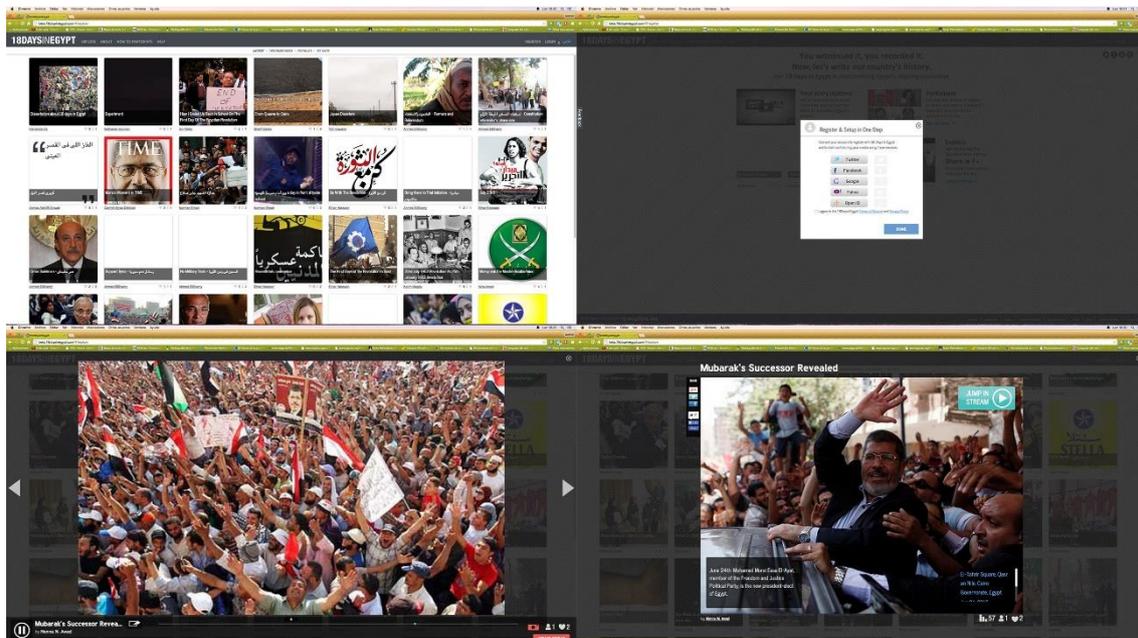


Ilustración 5. Interfaz de 18 Days in Egypt

**LINK**

## 18 days in Egypt // Sundance Institute y Tribeca Film Insitute, 2011

**Sinopsis:** El usuario descubre varios relatos sobre la Primavera Árabe contados por los propios egipcios que estuvieron presentes en la Plaza de Tahrir. El webdoc es un compilado de diferentes piezas audiovisuales agrupadas y ordenadas por el equipo de producción, pero fueron producidos por los usuarios.

**Clasificación según Nash:** Colaborativo

**Clasificación según Ryan:** Argumento Múltiple

**Interactividad:** El usuario puede elegir qué fragmento audiovisual desea ver y subir su propia pieza con algunas fotos y texto.

**Puntos fuertes:** máxima colaboración del usuario, que se siente directamente implicado en el proyecto.

**Puntos débiles:** poca calidad y variedad audiovisual.

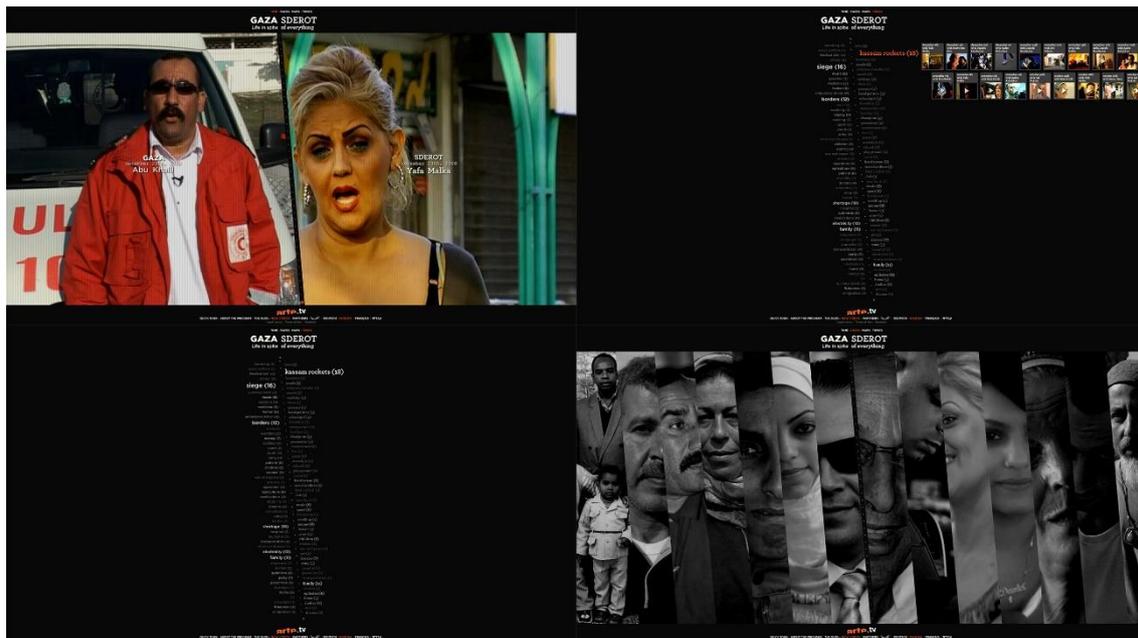


Ilustración 6 Interfaz de Gaza/Sderot (ARTE, 2009)

**UTK**

## Gaza/Sderot // ARTE, 2009

**Sinopsis:** El usuario puede, a través de los múltiples relatos de palestinos e israelíes a los dos lados de la frontera, hacerse una idea de la vida que se hace en una de las zonas más conflictivas del planeta. Lo hace acompañando a los 14 personajes que se alternan en el documental durante dos meses, desde el 23 de octubre al 26 de diciembre de 2008.

**Clasificación según Nash:** Narrativo

**Clasificación según Ryan:** Argumento Múltiple

**Interactividad:** El usuario puede elegir qué fragmento audiovisual desea ver, en un principio eligiendo uno de los lados de la pantalla dividida y luego siguiendo uno de los vídeos propuestos tras la reproducción del fragmento elegido, haciendo clic sobre algún punto de la línea de tiempo, o eligiendo por tema o persona. También cuenta con un mapa en el que usuario puede tener una noción geográfica del espacio abarcado por el documental.

**Puntos fuertes:** mucha calidad audiovisual y gráfica.

**Puntos débiles:** interactividad poco variada



Ilustración 7 Interfaz de Welcome to Pine Point (NFB, 2011)

**LNK**

## Welcome to Pine Point // NFB, 2011

**Sinopsis:** Pine Point era un pueblo canadiense construido con el único fin de explotar una mina de cinc en el este del país. Este webdoc nos cuenta en un entorno nostálgico, a través de las vivencias propias del realizador, qué fue de Pine Point y qué es de sus antiguos habitantes en los días actuales.

**Clasificación según Nash:** Narrativo

**Clasificación según Ryan:** Vector con ramas

**Interactividad:** El usuario puede realizar diversas acciones, desde reproducir y pausar vídeos a mover objetos, explorar galerías de fotos, elegir cuando avanzar en la historia, circular por las ruinas del pueblo demolido, reproducir sonidos, desplegar textos o MIRAR PINE POINT OTRA VEZ.

**Puntos fuertes:** variedad en la interactividad, calidad y coherencia gráfica, variedad audiovisual.

**Puntos débiles:** en algunos fragmentos puede resultar caótico.

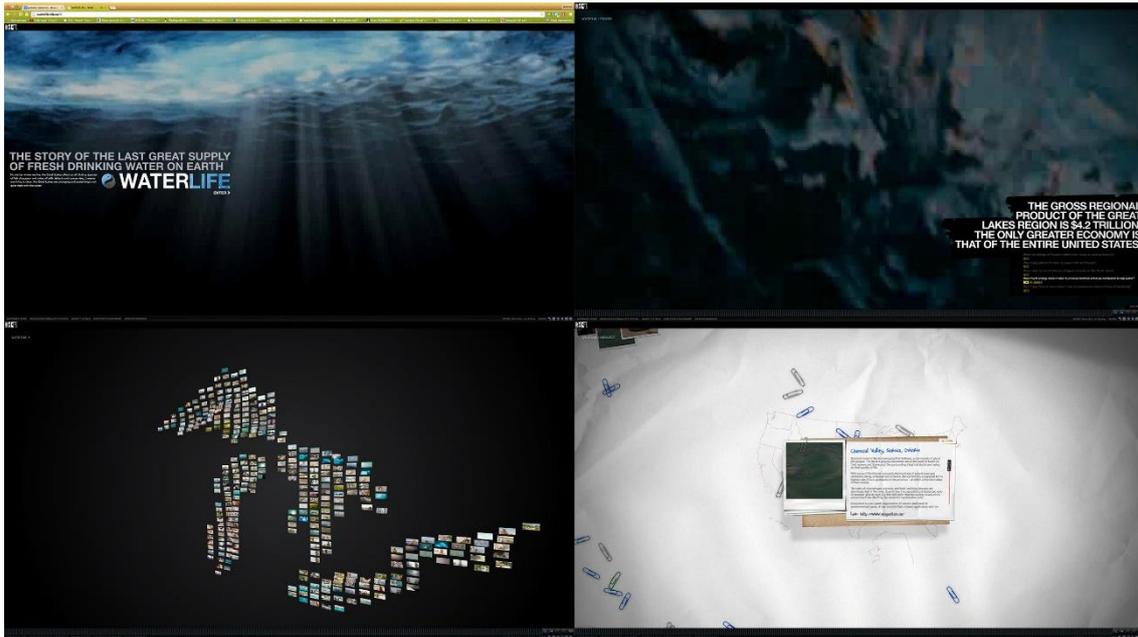


Ilustración 8 Interfaz de Waterlife (NFB (2010))



## Waterlife // NFB, 2010

**Sinopsis:** El agua dulce es el recurso natural máspreciado y necesario para la supervivencia humana. Pese a ello, la principal fuente de este recurso, los grandes lagos, están recibiendo diariamente contaminación procedente de diversas fuentes, sean industrias o particulares. Este webdoc intenta recordarnos la importancia del agua dulce para la raza humana

**Clasificación según Nash:** Narrativo

**Clasificación según Ryan:** Red

**Interactividad:** El usuario puede hacer clic en las diversas secciones, accesibles desde todo el webdoc, y puede saltarse ciertos contenidos. También puede conocer ciertos datos haciendo *rollover* sobre determinadas preguntas.

**Puntos fuertes:** estética, ambientación.

**Puntos débiles:** relativa pobreza de contenido.

## Situación actual del Webdocumental

El webdoc, en nuestros días, aún no ha encontrado la manera de rentabilizarse, por dos factores interrelacionados.

**El primero es su poca divulgación:** si no se trata de usuarios con alguna relación con el mundo audiovisual, el ciudadano de a pie desconoce por completo a qué se refiere la palabra webdoc. Como explicaba Laetitia Moreau: “When the word “web-doc” is pronounced, we sometimes have the impression that we’re entering a fourth dimension.” (Documentary Network, 2011). Los pocos premios internacionales en los que se pueden englobar a los webdocs son más genéricos, como “proyecto interactivo” o “crossmedia”.

**El segundo factor es su medio de distribución:** la web. El consumidor de contenidos *online* está muy acostumbrado a acceder a los productos de forma gratuita, principalmente en lo que a información se refiere – Elpais.es lo comprobó en 2003 (ZoomNews.es, 2013), cuando intentó hacer que la versión digital fuera integralmente de pago.

**Por ello muchos webdocs son financiados e ideados como *crossmedia* o *transmedia* de documentales tradicionales** – es así con todos los proyectos de ARTE; por ello su alta calidad audiovisual.

En una rápida aclaración conceptual, **el *transmedia* sería:**

“Cada medio hace lo que se le da mejor -una historia puede ser introducida a través de una película, expandida a través de televisión, novelas, cómics y su mundo puede ser explorado y experimentado a través de un videojuego. Cada producto de la franquicia debe ser suficiente auto contenido para posibilitar su consumo autónomo. (...) Cualquier productor dado es un punto de acceso a la franquicia como un todo” (Jenkins, 2010).

Es decir, según Jenkins, en el *transmedia* el webdoc es una modalidad entre otras de consumo de la franquicia. Tiene un sentido propio, pero deriva de otra modalidad inicial y su elaboración sería a efectos prácticos una adaptación de la estructura al género. **En el *crossmedia*, por otro lado, “no se trata de la adaptación del mismo relato a diversos soportes, sino que cada uno de ellos aportará información para la construcción de un relato unitario”** (Sánchez & Otero, 2012). Otro autor representativo que comparte esta visión es Carlos Alberto Scolari (2012, 2012, 2013), quien, en ciertos casos, prefiere tratar al *transmedia* y al *crossmedia* como sinónimos.

Ambas formas de financiación (*crossmedia* o *transmedia*) son más que válidas, sobre todo en los albores de una producción webdocumental con identidad consolidada (Gifreu, 2013), pero el

webdoc, que ya ha conseguido su identidad conceptual puede y debe aspirar a, económicamente, ser un género en sí.

**Otra forma de ganarse la vida con webdocs**, aunque pocos proyectos llegan a ella, **es a través de los premios**, que pueden ser de dos tipos: los documentales o los relativos a proyectos multimedia. De los primeros se puede decir que desde 2008 se ha observado una inclusión progresiva de categorías “digital”, “multimedia”, “crossmedia” o “interactiva”. El *World Press Photo*, el *International Documentary Film Festival Amsterdam*, el *Emmy* y el *Cannes Festival Market* son algunos ejemplos de premiadores y los webdocs *Welcome to Pine Point* (NFB, 2011) y *Journey to the End of Coal* (Honkytonk Films, 2008), de premiados.

Por otra parte están los premios destinados al propio internet, como *Webby Awards*, *Awwwards*, *Favourite Website Awards* y *The Horizon Interactive Awards* son los principales ejemplos de galardones web que incluyen un premio a “narrativas” o “historia original” pueden hacer que un proyecto sea rentable, y *Out My Window* (NFB, 2011) un ejemplo de proyecto premiado.

**Con la web 2.0 también ha surgido una nueva forma de recaudar fondos** que está haciendo posibles muchos proyectos de presupuestos reducidos – y a veces no tan reducidos: **el crowdfunding**, es decir, la financiación de empresas personales o colectivas (culturales, sociales y con ánimo de lucro) basada en contribuciones relativamente reducidas por parte de un grupo relativamente amplio de usuarios de internet, sin intermediarios financieros “normales” (Mollick, 2014). Sitios web como *KissKiss BankBank*, *Verkami*, *Obsidiana TV* o *Injoinet* son algunas de las muchas plataformas que ponen en contacto a proyectos y financiadores, y el webdocumental *Le Mystère de Grimouville* (France Bleu, 2013) un buen ejemplo de producción *crowdfunded*.

**Por último, existe el medio de las subvenciones y la financiación estatal a proyectos innovadores**, como es el caso de muchas producciones de gran calidad de la National Film Board of Canada (*Out My Window*, *Waterlife*, *Highrise*). **En el caso de España, están las producciones de Lab RTVE**, que por lo general siguen por debajo del nivel canadiense, alemán y francés, pero que ha dado buenos webdocs, como *Montelab* (Lab RTVE, 2011).

## ***RUEDAS DE LA NOCHE***

Cuando, a las dos de la mañana, el metro no funciona, los nitbuses escasean y quieres volver a casa... te asomas a la acera y esperas a que aparezca una lucecita verde en la esquina. ¿Cómo funciona el mercado que permite que, por unos diez euros, puedas ir a cualquier punto de la ciudad de Barcelona, a cualquier hora?

## CONTEXTO

### Un poco de historia

Los taxis, al menos en su forma más primitiva, existen desde la Edad Media, cuando determinados gremios decidieron dedicar sus carruajes y mulas al transporte. Concretamente en Barcelona, las primeras regulaciones a los “coches de plaza” llegaron en el año 1864 y a partir del año 1882 los conductores empezaron a llevar el número de licencia en las puertas de los vehículos (IMTB, 2015).

En 1891 llega el taxímetro y a principios del siglo XX el “automóvil de plaza”, también llamado “taxi”, desplaza al coche de caballo. En 1912 aparece el primer conductor – Martín Vidal Pedrola – que para su coche en un determinado punto de la ciudad para ofrecer sus servicios, **el primer taxista autónomo**. Debido a la expansión de la industria automovilística y el aumento de la circulación por las calles, el Ayuntamiento de Barcelona publicó en 1924 un nuevo y más completo Código de Circulación Urbana, a la vez que llegaban los primeros coches de 4 plazas destinados al mercado de los taxis, que siguió expandiéndose a buen ritmo hasta 1930.

En 1931 se publican desde el Ayuntamiento las **Bases para la reglamentación del servicio de vehículos autotaxi en el término municipal de Barcelona, el primer reglamento dedicado únicamente a los taxis**. En 1934 se definieron los característicos colores amarillo y negro, además de unas tarifas unificadas. Tras un período de crisis durante la guerra y los años posteriores a esta, vinieron los **“años del desarrollo” correspondientes a las décadas de 60-70**; las principales razones de este desarrollo fueron la reformulación del transporte público – en la que el taxi desarrollaba un papel muy importante en medio a la reestructuración de los sistemas de autobuses y metro en detrimento del tranvía– y la proliferación de los automóviles SEAT, con una consiguiente proliferación de licencias. En este período se inició el servicio telefónico en las paradas de taxi.

**A principios de los 70 se produjo una rebaja de los sueldos debido a un exceso de taxistas asalariados**, que empezaron a organizarse en sindicatos semiclandestinos. A finales de la década, ya en la democracia, se aprobó el Reglamento Nacional del Taxi.

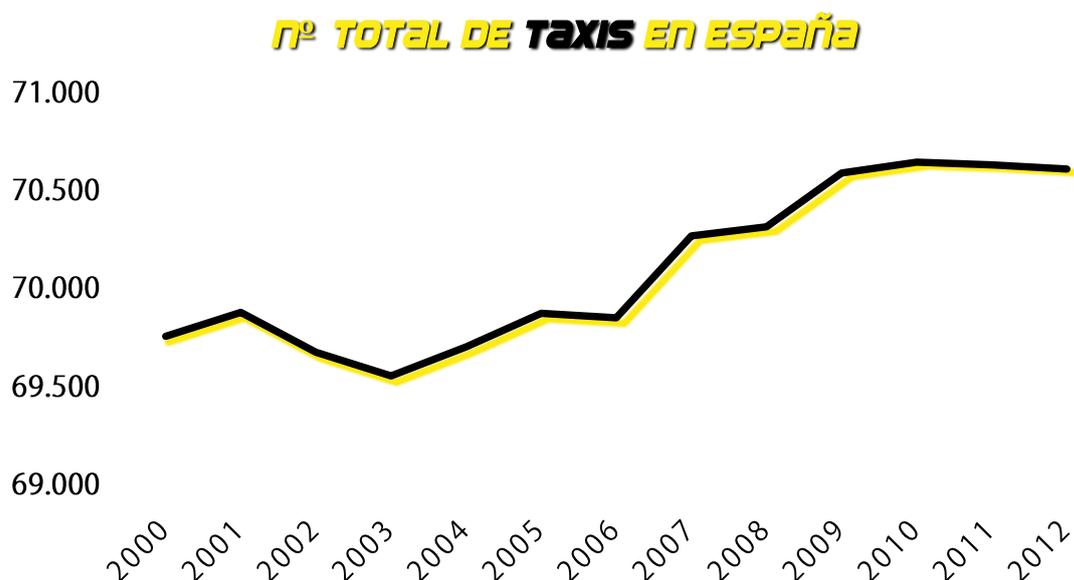
A lo largo de la década de los ochenta se produjeron muchos avances en la unificación del servicio de los taxis, impulsados por el Mundial de Fútbol de 82 y las Olimpiadas de 92, como por ejemplo la obligatoriedad de la instalación del módulo luminoso conectado al taxímetro en los vehículos. **Precisamente en 1992 se creó el IMT (Institut Metropolità del Taxi), posteriormente conocido como IMET y actual gestor público del sector.**

A mediados de los 90 y **como consecuencia de la crisis económica de 1993, el IMET emitió en 1996 un informe, Els Papers del Taxi, en que se advertía una superpoblación de taxis en Barcelona.** Fue entonces cuando la AMB (Àrea Metropolitana de Barcelona) pactó con las diversas organizaciones del sector la reducción de 1.215 licencias, a medida que la red de transporte público de la Barcelona se desarrollaba.

En España y en Europa en general, **el taxi ha perdido mercado sobre todo para el transporte público colectivo, un medio de transporte más ecológico y por ello mucho más impulsado** por los organismos públicos; esta crisis, en España, llegó a su mínimo en el año 2003. Desde entonces los taxis se han asentado como medio de transporte más restringido o utilizado para casos puntuales, experimentando un repunte hasta el año 2009, cuando, debido a la crisis económica, se estabilizó el número de licencias en vigor (IMTB, 2015).

## Situación actual de los taxis

Como se puede percibir a partir del análisis de su historia, el mercado de los taxis en Barcelona y en España sufre expansiones y recesiones periódicas a lo largo del tiempo, medidos por el número de licencias otorgadas en la ciudad. Dicha cifra ha empezado a descender otra vez a partir de 2010, motivada también por la llegada de las nuevas tecnologías, tales como las aplicaciones y páginas web como Uber y BlaBla Car y otras maneras alternativas de transporte posibilitadas por la mejora de las comunicaciones.



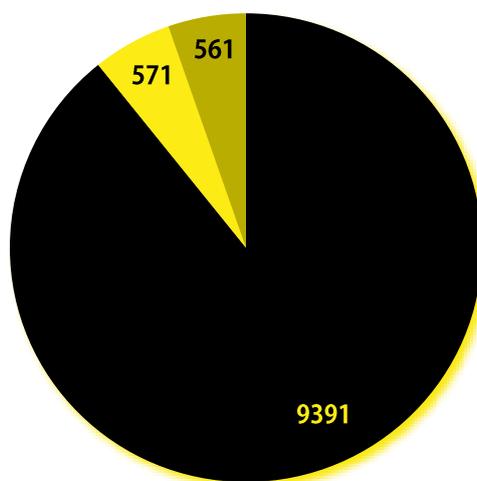
Gráfica 1 Elaboración propia a partir de datos del Instituto Nacional de Estadística (INE, 2012)

Pero dentro de las oscilaciones endémicas, el servicio de taxis es necesario para todas las grandes ciudades y todos los años mueve miles de millones de euros.

El mercado de los taxis en España supone un total de 70.623 vehículos (INE, 2012). **Según datos de la Interurban Road Transport Union, el sector del taxi emplea a más de un millón de personas** en Europa, cifra que corresponde a 8% del sector de transportes del continente.

El mercado de los taxis en Barcelona, específicamente, tiene una clara preponderancia de autónomos, acaparando un 95% de las **10.523 licencias vigentes en la ciudad** (IMET, 2015). El otro 5% pertenece a empresas privadas, siendo la primera Autotaxis Garrido, con 49 licencias (Ràmia, 2015). **Por ello, el sector del taxi es, dentro de los medios de transporte, el que más porcentaje de autónomos tiene entre sus trabajadores.** Mientras en metro o autobús todos o casi todos los trabajadores son asalariados, en el taxi solo un 25% (INE, 2008) lo son. Esta parcela significativa de autónomos indica una alta implicación del sector en el seguimiento informativo del mercado.

### PROPIETARIOS DE LICENCIAS DE TAXIS EN BARCELONA



■ Autónomos con una licencia - 89% ■ Autónomos con más de una licencia - 6% ■ Empresas - 5%

Gráfica 2 Elaboración propia a partir de datos del Institut Metropolità del Taxi (IMET, 2015)

Como se puede observar en la gráfica, el mercado está mayoritariamente en manos de autónomos con una sola licencia. **Está prohibido, por ley, que haya más de 10% de taxistas con más de una licencia**, norma que tiene como objetivo limitar la liberalización de un servicio público, el taxi, aunque sea ejercido por privados.

## PÚBLICO OBJETIVO

Como todo proyecto de la industria de la comunicación, Ruedas de la Noche tiene un público objetivo doble: el posible financiador del webdoc y el usuario que lo consumirá.

### El usuario

En un cálculo (bastante) especulativo, el público objetivo en potencial engloba a todas las personas – que hablen español, el idioma del webdoc – que se hayan subido a un taxi en Barcelona. Se producen aproximadamente 170 mil desplazamientos por día (Ràmia, 2015). De estos 170 mil desplazamientos, un 25% se produce por la noche, lo que supone unos 42,5 mil desplazamientos nocturnos por día. **Por lo tanto, los taxis nocturnos han tenido unos 6,3 millones de usuarios en lo que llevamos de 2015.**

Aplicando el mismo porcentaje del 25% de desplazamientos nocturnos a los 7,5 millones de turistas que visitan la ciudad (Turisme de Barcelona, 2013) y los descartamos de nuestro público objetivo, **la cifra de usuarios puntuales cae a 4,4 millones de posibles consumidores del webdoc**, solo por el hecho de haber usado el taxi.

4,4 millones de usuarios del webdoc sería un éxito sin precedentes (el valor corresponde a la audiencia total del estreno de la serie *Refugiados* de Atresmedia (La Vanguardia, 2015)). Se deben tener en cuenta otros factores más subjetivos que hacen que **el público objetivo final descienda a menos del 1% de esta cifra**: la escasa difusión que tiene el webdoc como género y la falta de medios para publicitarlo, el desinterés de un sector importante de esos usuarios por el tema del taxi en especial, la falta de acceso a los medios...

Además de los usuarios del taxi, **dentro de este público objetivo consumidor de Ruedas de la Noche están los propios taxistas**. Teniendo en cuenta que un 25% de los taxis de Barcelona trabaja a doble turno – es decir, un taxista por la mañana y otro por la tarde – el número de taxistas en activo ahora mismo en Barcelona ronda los 13 mil (10.523 licencias más 2.630 taxistas a doble turno), de los cuales 9 mil son autónomos. Es de suponer que Ruedas de la Noche generará interés en el colectivo de taxistas, visto que muchos de ellos llevan, por ejemplo, iPads en el mismo taxi para las esperas en las estaciones de Sants o en el aeropuerto.

*Welcome to Pine Point* (NFB, 2011), una de las producciones más galardonadas en la historia del webdoc, tuvo algo más de 100 mil usuarios únicos en los 3 primeros meses de su lanzamiento (The FWA, 2011).

Visto que el público y los incentivos españoles al género del webdoc no son iguales a los canadienses o a los franceses (como se vio en Marco Teórico > Análisis de otros proyectos),

**aspirar a un tercio de las visitas de *Welcome to Pine Point* sería poner el listón bien alto.**

Para alcanzar dicha cifra, será necesaria una fuerte campaña de divulgación en las redes sociales y en el mundo del taxi, que se llevará a cabo en la parte de postproducción. De todas las formas, alcanzar un público de 30 mil personas de unas 4 millones que se hayan subido a taxis en Barcelona no parece una tarea imposible.

## El financiador

Puesto que una de las producciones más conocidas en el medio del webdoc ha logrado una audiencia de 100 mil usuarios únicos, **¿Por qué invertir, pues, en un proyecto que en la mejor de las expectativas tendrá la misma visibilidad que el programa de mañanas *Tve English* (FormulaTV, 2015)?**

1. **Porque en la relación coste-beneficio, el webdoc tiene indiscutiblemente más calidad** que un programa de televisión o documental tradicional de presupuesto semejante (ver Producción > Presupuesto), además de ser más atemporal que el formato televisivo. Es verdad que se pueden volver a ver los programas de la tele en internet, pero el webdoc, al nacer en la web e incorporar en su concepción los recursos propios de ella, es mucho más agradable de consumir en internet.
2. **Apostar por el contenido en internet a veces genera retornos inesperados.** Aunque todavía no haya ocurrido con ningún webdoc, diversas ideas “inocentes” proliferan de forma completamente inesperada en la web. Entre los varios ejemplos se encuentran Shipyourenemiesglitter.com (Ship Your Enemies Glitter - A Fun Prank for Friends and Enemies, 2015) y lcanhas.cheezburger.com: el primero un servicio de envío de purpurina en sobres que surgió como una broma del australiano Matthew Carpenter y que en cuatro días vendió 20 mil dólares de sobres. El segundo, un blog de coste cero con *memes* de animales con frases mal escritas en inglés, ambos vendidos por 85 mil y 2 millones de dólares, respectivamente (RT, 2014). Más cercanas geográficamente están las páginas Asco de Vida y Tenía que Decirlo (Asco de Vida, 2009) (que forman conjunto con otras webs colaborativas de humor), en que los usuarios se desahogan de forma anónima sobre hechos desagradables de su día a día. El conjunto de páginas de Asco de Vida cuenta con 3 o 4 millones de usuarios únicos al mes (Rodríguez, 2011) (lo equivalente a los de LaVanguardia.com (El País, 2014)). **Buscando dotar a Ruedas de la Noche de cierta viralidad, se han pensado secciones como Desglose del Precio, Apps en el Mercado y Pasajeros Inolvidables** (ver Navegación).

### 3. Actualmente es esencial estar en internet y los taxis no tienen presencia en la red.

Tanto usuarios como taxistas que busquen saber sobre el funcionamiento de este mercado encuentran muchas dificultades a la hora de conseguir información. Esta situación se debe al fuerte carácter autónomo del taxi: estando el mercado atomizado en diversos trabajadores con jornadas de 8 a 12 horas diarias, **es difícil encontrar a alguno que se dedique a informar a fondo sobre el sector.** El portal que más se acerca a dicha función es la web personal de Miguel Tomás Romero, Presidente de la Confederación Europea del Taxi (CET) (Infotaxi.net, 2001). Ni la Federación Española del Taxi (FedeTaxi, 2012), ni la Unión Nacional del Taxi (UNALT, s.f.), ni el propio Infotaxi.net tienen portales web con un diseño actualizado. El sitio web del Sindicat del Taxi de Catalunya (STAC, 2008) es el único que posee un diseño y un seguimiento de la actualidad adecuado al internet de la última década, pero con algunas deficiencias. El IMET (IMET, 2015), por su parte, cuenta con un portal actualizado, pero con información esencialmente institucional. Ruedas de la Noche pretende hacer un retrato 360° del taxi en Barcelona, enfocándose en los nocturnos porque son los que más interrogantes producen. **Con la difusión adecuada, el webdoc pretende ser la referencia informativa no institucional entre taxista y usuario.**

Vistas las tres principales razones que hacen posible la viabilidad del webdoc, **el público objetivo del proyecto es el propio mercado del taxi de Barcelona:** El STAC y el IMET (o, por encima de este, la AMB) se muestran como los principales posibles financiadores, seguidos de las empresas privadas como Autotaxis Garrido o las emisoras RadioTaxiBCN o la Ràdio Taxi Central de Catalunya.

Las últimas consideraciones concernientes a Ruedas de la Noche es que trata de un espacio geográfico muy concreto, Barcelona, y visto que su principal viabilidad viene dada por instituciones locales, se ofrecerá la posibilidad de realizarlo en dos idiomas, español y catalán. Según su implantación y éxito en la ciudad de Barcelona, el proyecto podría expandirse por las diferentes ciudades de España y en el más optimista de los casos convertirse en una plataforma interactiva que albergue todos los Ruedas de la Noche de las principales ciudades de España.

Pero antes de cualquier expansión nacional, es necesario producir el primer Ruedas de la Noche, por lo que en las próximas páginas se desglosará el producto sección por sección.

## EL PRODUCTO

Ruedas de la Noche es un webdoc con el que **el usuario puede explorar, a partir de diversas secciones, el mundo de los taxis nocturnos en Barcelona**, desde la perspectiva humana y directa del propio taxista hasta los densos números del mercado de turismos en la zona metropolitana de la ciudad de Barcelona.

Ruedas de la Noche, según la clasificación de Ryan (2002) (ver Marco Teórico > Clasificación del Webdoc), **es un webdoc híbrido Zonas de Acción-Red**, una vez que el usuario entra en Zonas – que se llamarán “secciones” –, cuyas subsecciones presentan enlaces a otras zonas sin necesidad de salir de una y entrar en otra (en la ilustración 9, el componente de zona de acción se vería ilustrado con los círculos y las líneas continuas, mientras el componente de red se vería ilustrado por las discontinuas)

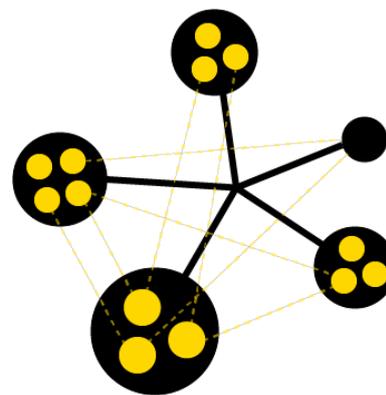


Ilustración 9 Esquema básico de navegación de Ruedas de la Noche.

Elaboración propia

Para el lector desavisado: es fundamental, desde un principio, desmarcarse de las descripciones de producto propias del documental audiovisual tradicional. **El guion literario, la escaleta y el guion técnico ya no son la “receta de cocina” sobre la que construimos el argumento, puesto que dichos elementos son formas de descripción de una narrativa lineal.** Si intentáramos aplicar los mismos métodos a un webdoc en Zonas de Acción, a cada elección del usuario, nos veríamos obligados a bifurcar el guion, y los posibles guiones para el webdoc serían los resultantes de la combinación de los 26 enlaces que lo componen (en la ilustración 9, se corresponderían a los círculos amarillos, las líneas negras y las intermitentes amarilla).

**Por lo tanto, el Guion Literario se convertirá en Navegación y el Story Board se convertirá en cierta medida en la Interfaz que ilustra cada sección.**

Por otra parte, cabe recordar que el peso del webdoc no recae integralmente en el vídeo y de hecho, en este producto tiene un papel secundario o inexistente en algunas secciones. La fusión web-documental permite formas alternativas de comunicación, sobre todo de datos, más efectivas que el vídeo. A raíz de ello, se dejará en segundo plano una gran realización audiovisual tradicional: los fragmentos de vídeo se despojan de la iluminación y de la fotografía elaborada, de los movimientos de cámara complejos para permitir una mayor explotación de otras formas propias de la web: las animaciones y gráficas interactivas, las vías de comunicación del usuario, la combinación de efectos sonoros independientes e interactivos que conforman el nuevo mundo audiovisual propio del internet.

## Navegación

Ruedas de la noche cuenta con **cinco secciones diferentes: Vida al volante, Secretos de la Profesión, Cifras y Trámites, Por dónde ir y Nuevas tecnologías.** En cada una de ellas se explica un aspecto del funcionamiento de la industria del taxi y todas tienen sentido por sí mismas, aunque estén fuertemente interrelacionadas.

### La Home

Inmediatamente después del cierre de la puerta del vídeo de introducción, el usuario se encontrará con la Home. En pantalla se tiene una visión del parabrisas del taxi desde dentro, como si el usuario fuera un pasajero del webdoc. Desde ella, se puede acceder directamente a las cinco secciones que lo componen, con destaque a la sección Vida al volante, la más audiovisual y humana de este.

Cada sección está ilustrada en la Home por un elemento del taxi que la caracteriza. Vida al volante está objetivada en el volante del

taxista, mientras Secretos de la profesión lo está mediante la guantera abierta del taxi. Cifras y Trámites en el taxímetro y Por dónde ir en la calle que se ve a través del parabrisas del coche. Por último, Nuevas Tecnologías se ve retratada en un móvil encendido sobre el panel del coche.

Además, en una barra de navegación, que será constante durante todo el webdoc, constará de las siguientes secciones: Contacto, Créditos, iconos para compartir el webdoc en redes sociales, control de audio y un velocímetro que indica qué porcentaje del webdoc ha sido consumida. Este velocímetro es esencial para que el usuario tenga más control sobre el producto.

**Interactividad:** Cuando el usuario pasa el ratón sobre uno de los objetos-links a las secciones, este resplandecerá y a su lado aparecerá el nombre que le corresponde. El usuario puede hacer clic en el volante, en los documentos, en el taxímetro, en la calle o en el móvil.

**Sonido:** La Home y todo el webdoc tendrán el motor de un coche de sonido de fondo a modo de ambientación.

**Efectos sonoros:** Según la sección en que el usuario haga clic:

*Vida al Volante:* aceleración del coche.



*Cifras y Trámites:* el ruido de la emisión de una factura, simulando las máquinas de tarjetas de crédito

*Secretos de la profesión:* el ruido del pasar una página

*Nuevas Tecnologías:* el timbre de un móvil

*Por dónde Ir:* el ruido de los intermitentes del coche

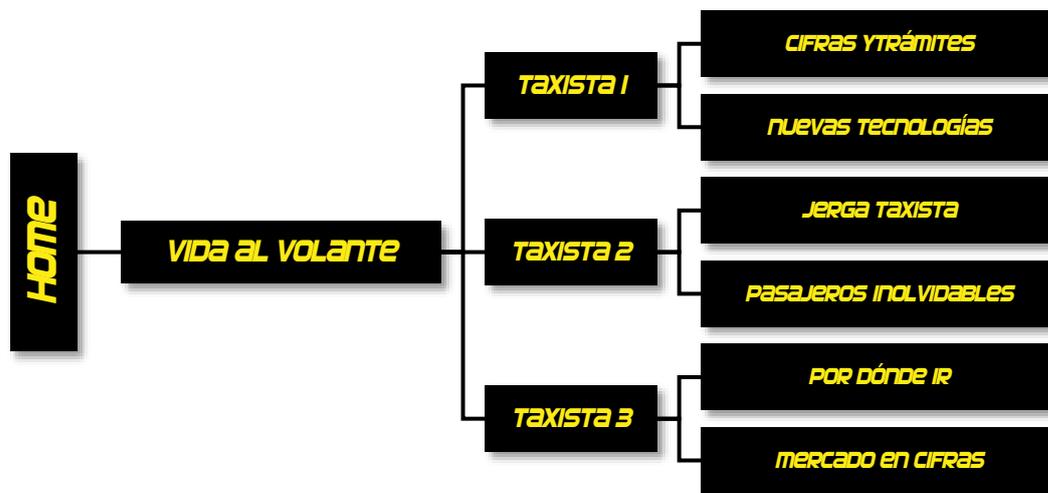


Ilustración 10 Interfaz de Home. Elaboración propia.

## Vida al volante:

Al seleccionarse la opción, el texto “vida al volante” desaparece. Mientras lo hace, el exterior del parabrisas pierde opacidad y aparecen las fotos de tres taxistas (plano medio) con un barrido, con sus respectivos nombres. Al seleccionar uno, los demás desaparecen con un barrido hacia abajo, y el seleccionado queda en pantalla dos segundos antes de que todo se funda a negro. **Entonces, el usuario “se sienta” en el taxi y escucha directamente lo que el taxista tiene a decir sobre su profesión.**

Cada taxista tendrá un vídeo de dos a tres minutos de duración.



**Interactividad:** Si durante el vídeo, el taxista menciona un tema que puede ser profundizado en otra sección del webdoc, por ejemplo, “Mercado” le aparecerá al usuario una caja flotante que le advierte de ello, y ofrece dos opciones:

- **“Ir ahora” a la sección:** Link directo al subtema tocado por el taxista dentro de la otra sección del webdoc. Por ejemplo, si el taxista habla de los impuestos que tiene que pagar, el botón lo enviará a “Desglose del precio”, que estaría dentro de “Mercado”
- **“Ver más tarde”,** y, básicamente, la caja se retira.

Si el usuario no interactúa, al cabo de cinco segundos la caja se retirará automáticamente.

El vídeo terminará en un fundido a negro y aparecerá otra vez la foto del taxista, ahora con una “ficha técnica”: nacionalidad, años que lleva en el negocio, nombre de su empresa si trabaja para alguna, si tiene familia, zona preferida de circulación, otros empleos si los hay... A partir de este momento, el usuario tendrá las opciones de:

1. Conocer las historias de los demás taxistas
2. Volver a la Home

3. Una sección en que se puede leer: "(Ejemplo) Guillermo habló de: Mercado, Por dónde ir y Nuevas Tecnologías", con botones que llevan a dichas secciones.

**Justificación de la forma de presentación del contenido:** El vídeo es el principal elemento de esta sección del webdoc, una vez que los aspectos emotivos son los que predominan a la hora de hacer el retrato de los taxistas. Por ello, el formato de vídeo es el elegido, no obstante este se apoyará en la aparición en pantalla de atajos a las demás secciones del webdoc, donde sí habrá una presentación más clara y objetiva del contenido.

La posibilidad de elegir un personaje busca emular a los videojuegos, reforzando la idea de interactividad del usuario y logrando una mayor inmersión de éste en el contenido, puesto que advierte que sus decisiones tienen una consecuencia directa en lo que va a suceder a continuación.

**Efectos sonoros:** Cuando el usuario elija un taxista, se escuchará un rápido "clic".

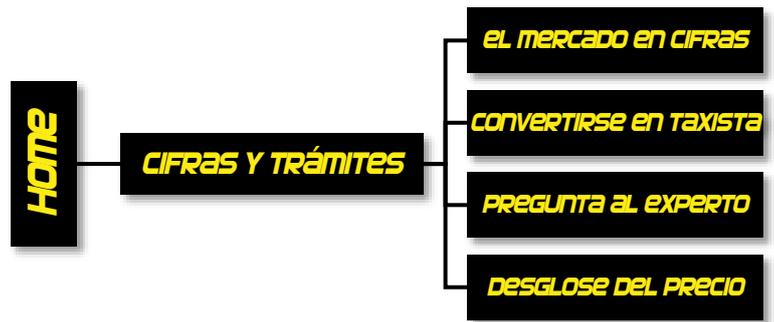


Ilustración 11 Interfaz de Vida al Volante. Elaboración Propia

## Cifras y Trámites

Al seleccionarse la opción, se hace un zoom desde la página inicial, que es la vista de la calle desde el escorzo del conductor y del pasajero, a una vista a pantalla completa del taxímetro. La metáfora utilizada será la del taxímetro, por lo que la tipografía

utilizada será la de una calculadora. Las cuatro subsecciones que componen Cifras y Trámites se presentarán en la parte izquierda de la pantalla, y en la parte derecha aparecerán iconos (muy básicos) que simbolizen las secciones:



- **El Mercado en Cifras:** El símbolo del euro acompañado de porcentajes, sumas, multiplicaciones y restas.
- **Convertirse en taxista:** Una ilustración de una persona y un taxi
- **Pregunta al experto:** Una ilustración del busto de una persona e Interrogaciones
- **Desglose del precio:** Una gráfica lineal

**Interactividad:** Hacer clic en una de las opciones ofrecidas en pantalla.

**Efectos sonoros:** Siempre que el usuario pase el ratón por encima de los nombres de las secciones, se escuchará un rápido "clic", y cuando haga clic en una, se escuchará el ruido de la emisión de una factura, simulando las máquinas de tarjetas de crédito.



Ilustración 12 Interfaz de Cifras y Trámites, Elaboración propia

## Cifras y Trámites > El mercado en cifras:

Es la sección del webdoc dedicada a los números:

- Tarifas de Taxi
- Proporción Autónomos-Empresas en el Mercado de los taxis
- Precio medio de la Carrera
- Recaudación media según día de la semana
- Proporción hombres-mujeres
- Fuentes de energía de los vehículos
- Evolución del precio de la licencia
- Ingreso anual medio de los taxistas

Que serán visibles mediante iconos acompañados de leyendas distribuidos en los bordes de la página, dejando el hueco vacío en el centro para que aparezcan los datos.

**Interactividad:** Conforme el usuario pase el ratón por encima de los iconos y la leyenda, los gráficos van apareciendo en pantalla. Si el usuario hace clic sobre el icono correspondiente a una gráfica, esta se mantendrá en pantalla hasta que se clique otra vez en otra zona de la pantalla.

**Justificación de la forma de presentación:** Las gráficas son la forma más ligera de presentar datos a un consumidor, sobre todo en internet, y la animación incita a la exploración de dichos datos.

**Efectos sonoros:** Cada vez que el usuario pase el ratón o haga clic en uno de los botones correspondientes a gráficas, se oirá un rápido "clic".



Ilustración 13 Interfaz de El Mercado en Cifras. Elaboración propia

**Cifras y trámites > Convertirse en Taxista**

Presentado en forma de línea cronológica y con el apoyo de ilustraciones, se presentan todos los pasos necesarios, desde que un taxista decide obtener el carnet, pasando por el momento en que realmente lo consigue, hasta llegar al momento en que se jubila poniendo la licencia a la venta. En un primer momento, lo único visible en pantalla es el primer paso: "Decidir ser taxista", ilustrado por un bocadillo de pensamiento, acompañado de una pequeña descripción. Al hacer clic, aparece una pequeña descripción del paso en cuestión y una flecha que indica que el usuario siga hacia el siguiente paso, "Inscribirse al examen", y así sucesivamente hasta llegar al último paso.

**Pasos para convertirse en taxista e iconos que los representan:**

**Decidir ser taxista >** Bocadillo de pensamiento

**Inscribirse al examen >** Lápiz y papel

**Aprobar el examen >** Ilustración de un muñeco con el examen en el aire

**Trabajar en una flota >** Un volante

**Comprar su licencia >** Ilustración de una persona y un taxi

**Contratar a un taxista >** Ilustración de una persona, una persona más pequeña y un taxi

**Contratar a dos taxistas >** Ilustración de una persona, dos personas más pequeñas y un taxi

**Jubilarse >** Ilustración de una persona con un bastón y un taxi

**Interactividad:** En un principio, el único texto visible es el nombre que se da al paso correspondiente, acompañado de su icono. Al hacer clic sobre el símbolo, se desplegará una caja de texto donde se explicará al detalle en qué consiste la fase, mientras la flecha que indica la ruta a seguir para ser taxista.

**Justificación de la forma de presentación:** La línea cronológica se considera la forma más gráfica y sencilla de presentar un proceso como los pasos de obtención del carnet, de forma que el lector tenga claras las fases implicadas y el tiempo necesario. La elección de atribuir un papel secundario a los detalles de las fases busca no congestionar visualmente la pantalla y no saturar al usuario con información no deseada.



Ilustración 14 Interfaz de Convertirse en Taxista. Elaboración Propia

## Cifras y Trámites > Desglose del precio [de la carrera]

Una calculadora que proporciona, según el importe X total de la carrera introducido por el usuario, los valores correspondientes al lucro para el taxista, los impuestos, el porcentaje para la empresa (si lo hay), la comisión bancaria por pagar con tarjeta, la gasolina y demás gastos que pueden influir en el precio. La calculadora incluirá unos botones que condicionan el cálculo según la situación del taxi:

- Si ya tiene la licencia pagada
- Si tiene la licencia en hipoteca de 10 años
- Si tiene la licencia en hipoteca de 20 o
- Si tiene la licencia en hipoteca de 24 años (los modelos más comunes en el mercado)
- Si se paga con tarjeta
- Si es asalariado

Los cálculos se harán a partir de una media para cada factor.

**Interactividad:** Introducir el precio de la carrera y elegir entre las posibles situaciones de los taxistas.

**Justificación de la forma de presentación:** La calculadora es una forma interactiva y a la vez precisa de responder a una pregunta que los usuarios de taxis seguramente se formulan al pagar un taxi: "¿Con cuánto dinero se está quedando el taxista?".

**Efectos sonoros:** Al hacer clic en los diferentes botones de situación, se oír un "clic". Al hacer clic en "Calcular" se oír el ruido de emisión de una factura



Ilustración 15 Interfaz de Desglose del precio. Elaboración propia

## Cifras y Trámites > Pregunta al experto

Entrevista al gerente del Institut Metropolità de Taxi, Eduard Ràmia. Las preguntas aparecerán a la izquierda de la pantalla y el vídeo a la derecha. En un principio, el gerente estará esperando en la mesa a que se le haga una de las posibles preguntas. Cuando el usuario selecciona una, el vídeo responde.

Preguntas:

- ¿Qué funciones tiene el IMET?
- ¿Qué diferencia al taxi nocturno del diurno?
- ¿Hay más taxistas inmigrantes por la noche?
- ¿Hay demasiados taxis en Barcelona?
- ¿Es justo el precio de la licencia en Barcelona?
- ¿El IMET cobra impuestos a los taxistas?

**Interactividad:** Hacer clic en una de las posibles preguntas.

**Efectos de sonido:** No hay, para no interferir en el discurso del entrevistado.



Ilustración 16 Interfaz de Pregunta al Experto. Elaboración Propia

## Por dónde ir:

Esta sección se basa en la herramienta del mapa interactivo. Constará de un panel lateral y el mapa en sí. En dicho panel lateral se podrá ver la leyenda del mapa, además de un espacio donde aparecerá la información sobre los elementos del mapa siempre se pase el ratón por encima de ellos. El contenido de esta sección se elaborará a partir de dos fuentes: datos del IMET sobre las paradas y la circulación de los taxis (que se pueden solicitar vía correo electrónico o teléfono) y preguntas en las encuestas que se harán a los taxistas también para las secciones de Jerga de Taxista y Pasajeros Inolvidables. Las preguntas formuladas serán:

- ¿Tiene una parada de taxis favorita?  
¿Cuál?
- ¿Si frecuenta alguna de estas paradas:  
Aeropuerto, Sants, Plaça Catalunya y Vila Olímpica (u otra), cuánto espera en media hasta recoger a un pasajero?
- ¿Cuál cree que es la calle por la que más circula durante la noche?

**Interactividad:** Conforme el usuario pase el ratón por encima de ciertos datos en las leyendas, estos aparecerán el mapa, y si el usuario hace clic, permanecen en él, en una lógica similar a la de El Mercado en cifras. Todas las líneas y paradas del mapa también contarán con la interactividad de *rollover* (acción de pasar el ratón por encima de un elemento) y de clic, mediante la cual se desplegará una caja de texto con informaciones sobre la parada o la calle.



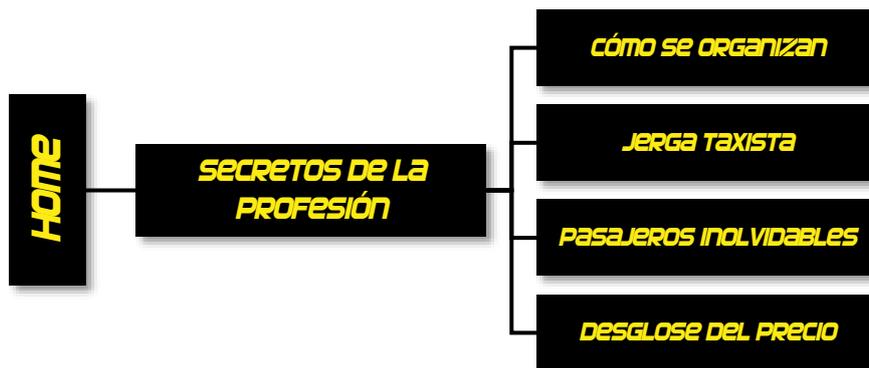
Ilustración 17 Interfaz de Por dónde Ir. Elaboración Propia

Además, cuando el usuario haga clic en una parada las paradas de taxis más frecuentadas por los taxistas entrevistados tanto para Vida al volante como para Secretos de la Profesión.

**Justificación de la forma de presentación:** El mapa interactivo es la forma más adecuada de mostrar datos geográficos como los tratados en esta sección.

## Secretos de la profesión

Es la sección menos multimedia y más “eclectica” del webdoc, en el que prima la predictibilidad y se utilizan formatos más familiares al usuario. Sin embargo, una de sus subsecciones es, junto a los Fóruns de Nuevas Tecnologías, la más colaborativa del proyecto. Objetivada en el recibo de pago del taxi, Secretos de la Profesión trata de contar los aspectos de la profesión que se guardan en la guantera: las historias inolvidables, los organismos a quien recurrir y las palabras que solo ellos utilizan.



**Interactividad:** Hacer clic en una de las opciones ofrecidas en pantalla.

**Efectos sonoros:** Cuando el usuario haga clic sobre alguna de las secciones, se oirá el ruido de una página pasándose.



Ilustración 18 Interfaz de Secretos de la Profesión. Elaboración propia.

**Secretos de la Profesión > Cómo se organizan:**

Es la sección dedicada a las **principales instituciones del mercado de los taxistas**: las principales instituciones públicas, los sindicatos más importantes de Barcelona y España, las principales emisoras, las emisoras “alternativas” y dos apartados especiales, uno para apps, que lleva a la sección Apps en el mercado, de nuevas tecnologías, y otro para explicar las empresas de taxi (que son diferentes de las emisoras) y a las cuales no les conviene estar en primera fila. **Los elementos se dispondrán en pantalla en forma de iconos con su respectivo nombre en un mosaico y se agruparan según su función en el mercado de los taxis, mediante una raya que los subrayará.** Se busca hacer una mezcla entre las que el usuario frecuente del taxi debe conocer, como pueden ser Miramar, RadioTaxi, AMB o Taxi Ecológico, y las que no conoce. Así, los logos conocidos despertarán el interés por los desconocidos. Cuando el usuario haga clic en un icono, se desplegará una caja de texto con las respectivas explicaciones.



Ilustración 19 Interfaz de Cómo se organizan. Logos pendientes de permiso

**Instituciones de Cómo se organizan:**

- AMB
- UNALT
- STAC
- FedeTaxi
- Miramar
- Radiotaxi 033
- Otras emisoras
- Taxi Class Rent
- Taxi Ecològic
- Taxi Adaptat
- Apps – Link a Apps en el mercado
- Empresas de taxi

**Interactividad:** Cada vez que se haga clic sobre uno de ellos, se desplegará una caja de texto que traerá la información escrita sobre las principales funciones y características del organismo seleccionado.

**Justificación de la forma de presentación:** Puesto que la información en cuestión es más densa y compartimentada en los respectivos organismos, la sencillez gráfica facilita la comprensión por parte del usuario.

**Efectos sonoros:** Cuando el usuario haga clic sobre alguna institución, se oirá el ruido de una página pasándose.

## Secretos de la Profesión > Jerga Taxista

Se trata de la sección donde se explica principalmente mediante texto, pero de forma visual, las palabras que constituyen la jerga profesional de los conductores, como por ejemplo “encochar” o “coche móvil”, y los diferentes códigos que se utilizan con las emisoras y entre ellos. Las palabras se presentarán por columnas en forma de lista y agrupadas según el tema que toquen, sean ellos pasajeros, paradas, otros taxistas o coches.

**Interactividad:** Cuando el usuario pase el ratón sobre la palabra en cuestión, esta se reducirá rápidamente hasta desaparecer, y la definición correspondiente aparecerá en su sitio. Si el usuario hace clic, la definición se queda en pantalla.

**Justificación de la forma de presentación:** Puesto que en Jerga de taxista lo más importante son los conceptos, la palabra escrita es la mejor manera de explicarlos. Las animaciones tienen el objetivo de no congestionar la pantalla y permitir la concentración máxima en el contenido.

**Efectos sonoros:** Cuando el usuario haga clic sobre alguna expresión, se oirá el ruido de una página pasándose.

El contenido de la sección se elaborará a partir de las encuestas que se harán a varios taxistas, combinadas con las preguntas para las secciones Por dónde Ir y Pasajeros Inolvidables.



Ilustración 20 Interfaz de Jerga de Taxista. Elaboración Propia

## Secretos de la Profesión > Pasajeros inolvidables

Un *feed* inicialmente relleno por los autores del webdoc con historias verídicas de taxistas nocturnos con pasajeros peculiares, recopiladas mediante una serie de entrevistas. La sección está abierta a contribución de cualquier usuario, pasajero o taxista (siendo la esta contribución totalmente anónima), y será moderada regularmente para evitar cualquier comentario ofensivo/ilegal. Esta sección se basa en páginas web de éxito como Tenía que Decirlo o Asco de Vida, hechas de forma totalmente colaborativa y utilizando únicamente texto. La sección Pasajeros inolvidables tendrá un límite de historias publicadas, en el hipotético caso de sobrecarga del servidor. Conforme se publiquen nuevos comentarios, los más antiguos se suprimirán. Las historias contarán también con un botón Me Gusta y un No Me Gusta.

-boceto-

**Interactividad:** Redactar un Pasajero Inolvidable propio y opinar sobre los demás.

**Justificación de la forma de presentación:** El texto es la forma más fácil de producir contenido en internet, lo que impele al usuario a colaborar. Los botones Me Gusta y No Me Gusta servirán para que el usuario pueda obtener cierto *feedback* de sus publicaciones.

**Efectos sonoros:** No Hay

**Sonido:** se escuchará una pista de fondo con testimonios cortos (10 a 15 segundos de duración) de 8 taxistas diferentes hablando de sus pasajeros inolvidables. Habrá una pausa de 30 segundos entre cada testimonio y un control para silenciar el audio, de forma que el usuario no se sobrecargue de información.

Las primeras publicaciones y los fragmentos de audio de esta sección se harán por parte del periodista mediante preguntas en las encuestas que se harán a varios taxistas, combinadas con las que también se harán para las secciones Por dónde Ir y Pasajeros Inolvidables.

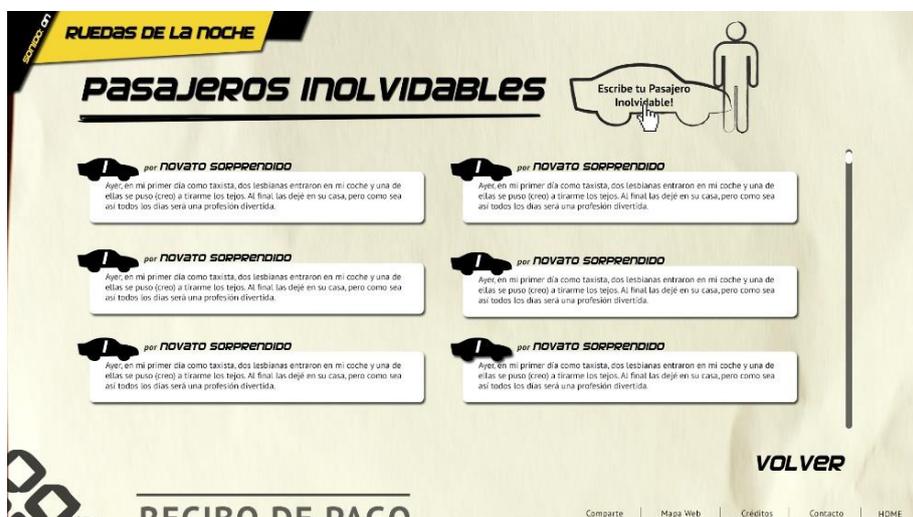


Ilustración 21 Interfaz de Pasajeros Inolvidables. Elaboración Propia

## Nuevas Tecnologías:

La sección que caracteriza las nuevas tecnologías en el mundo del taxi, y ofrece ciertos recursos para que el usuario colaborativo de la web 2.0 pueda también participar en Ruedas de la Noche. Consta de tres secciones, una que permite conocer todas las (muchas) aplicaciones en funcionamiento en el mundo del taxi, otra que constituiría el ágora del webdoc, donde los



usuarios pueden conversar abiertamente y una tercera que permite acompañar, mediante noticias, el día a día en el mundo de los taxis.

**Interactividad:** hacer clic en una de las subsecciones.

**Efectos sonoros:** cuando el usuario hace clic en una de las secciones, suena el timbre de un móvil.



Ilustración 22 Interfaz de Nuevas Tecnologías. Elaboración Propia.

## Nuevas Tecnologías > Apps en el Mercado

Subsección dedicada a informar sobre todas las apps relativas al mundo del taxi que operan en Barcelona. Las aplicaciones aparecerán en pantalla divididas en dos grupos: las “Amigas” de los taxis y las “Enemigas” de estos. Cada aplicación tendrá una ficha técnica con:

- Descripción
- Número de usuarios
- Taxis registrados
- Si incluye reserva de taxi
- Si permite pagar desde la propia app
- Si permite evaluar el taxista
- Si tiene cuenta atrás hasta que llega el taxi

Las Amigas son las que benefician al mundo del taxi, concretamente: *Hailo, MyTaxi, PideTaxi, JoinUp, AMB app, Taxible, Taxi-click, EasyTaxi, Whatsapp, Google Maps y Telegram*. En esta sección también habrá un botón “Compáralas”, que llevará a una tabla interactiva en la que se podrán, como indica su nombre, compararlas todas. Luego están las “Enemigas”: *Uber, BlablaCar, Avancar y Amovens*.

**Interactividad:** El usuario puede hacer clic en cualquiera de las apps enumeradas y se desplegará la ficha técnica correspondiente, con un link al Google Play Market, donde podrá descargársela. En la sección de Amigas, podrá hacer clic en la tabla de comparación.

**Justificación de la forma de presentación:** El diseño y las animaciones de la sección buscan la metáfora de los *smartphones y tablets*, que constituyen las nuevas tecnologías.

**Efectos sonoros:** no hay.

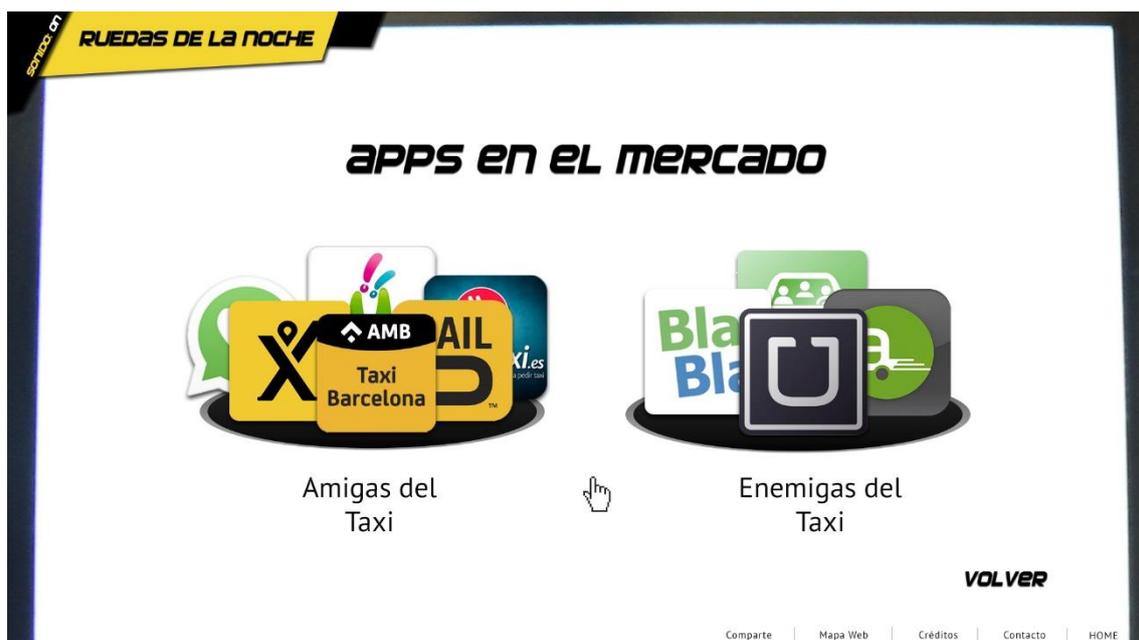


Ilustración 23 Interfaz de Apps en el Mercado. Elaboración Propia

## Nuevas Tecnologías > Foro de discusiones

La parte del webdoc destinada a la discusión entre taxistas y pasajeros sobre el webdoc y sobre el tema – relativo al mundo del taxi – que crean conveniente, y así buscar aumentar el tráfico de navegación en el webdoc. En el momento de lanzamiento del webdoc se crearán unos tópicos “polémicos”, con la intención de que los taxistas se vean impelidos a contestar: por ejemplo, los relativos a Uber, al presupuesto exceso de taxi en Barcelona y posibles soluciones, si los taxistas ganan mucho dinero gracias a los turistas o si las apps son lo mejor que le ha pasado al mundo del taxi (muchos taxistas tienen problemas con ellas). La sección será moderada de forma que las discusiones se den de la forma más civilizada posible. La sección tendrá un límite de comentarios publicados, en el hipotético caso de sobrecarga del servidor. Conforme se publiquen nuevos comentarios, los más antiguos se suprimirán. Los comentarios se pueden hacer de forma anónima o identificándose, y contarán también con un botón Me Gusta y un No Me Gusta.

**Interactividad:** Escribir un comentario y clicar en los botones Me gusta o No Me Gusta. También se puede abrir un tema de discusión, al que se le pueden añadir comentarios.

**Justificación de la forma de presentación:** basándose en el principio de predictibilidad, los foros son un medio de discusión cuyo funcionamiento ya es conocido por el usuario, por lo que es la manera más fácil de fomentar la participación. El diferencial del Foro de Ruedas de la Noche es su diseño más moderno.

**Efectos sonoros:** no hay



Ilustración 24 Interfaz de Foro de Discusiones. Elaboración Propia (kogo AMB pendiente de permiso)

## Nuevas Tecnologías > Nuevas del Taxi

El objetivo de esta sección es ser un repositorio de noticias sobre el taxi. Se trata de un feed que recoge todas las novedades de los portales de noticias del tema, además de piezas propias. Las noticias provendrán principalmente de medios centrados en Barcelona y Cataluña, pero también se incluirán medios de otras regiones de España. Todas las noticias contarán con enlaces a las páginas que produjeron la noticia. Los portales de los cuales se extraerán las noticias serán:

- Infotaxi
- La Gaceta del Taxi
- STAC – Noticias
- IMET – Noticias – Taxi
- Transporte Barcelona – TAXI – Noticias
- UNALT – Noticias
- Otros medios tradicionales

**Interactividad:** Hacer clic en las noticias que interesen al usuario.

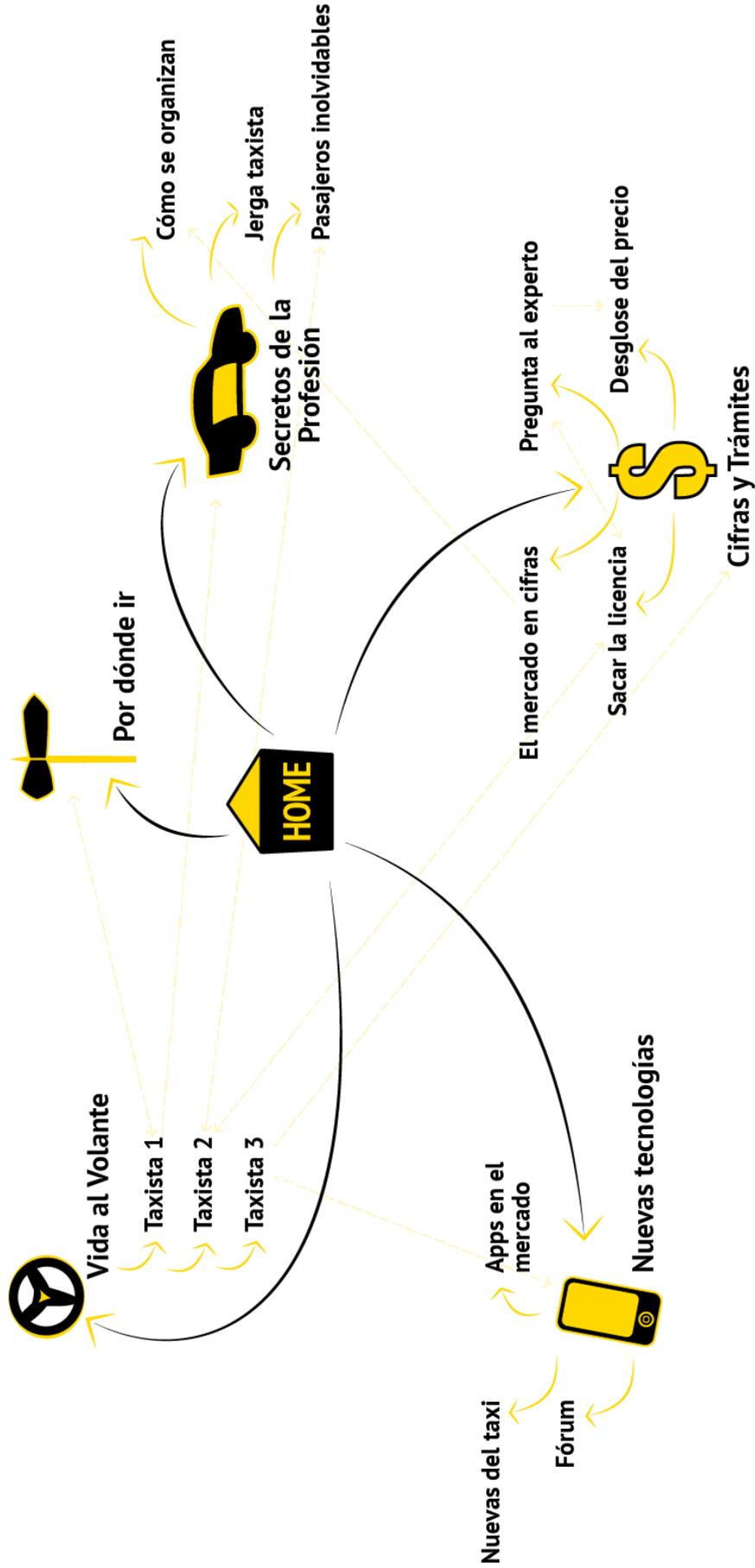
**Justificación de la forma de presentación:** Basándose en el principio de predictibilidad, un *feed* con *scroll* es la manera más efectiva y conocida de proporcionar al usuario una gran cantidad de noticias de diferentes medios, puesto que el usuario está acostumbrado a esta forma.

**Efectos sonoros:** no hay



Ilustración 25 Interfaz de Nuevas del Taxi. Elaboración Propia

MAPA WEB RUEDAS DE LA NOCHE



## Tratamiento Gráfico

### Tipografía:

La elección de las tipografías de título y cuerpo se hizo mediante criterios diferentes:

#### Título

En la tipografía de título se primó la personalidad de la fuente elegida, que tuviera relación directa con el tema tratado y por ello los aspectos de legibilidad se quedaron en un segundo plano. La personalidad de la tipografía buscada es, en un principio, relacionada con el mundo de la automoción, en el que, como se puede apreciar en esta figura, predominan las mayúsculas, las astas gruesas y ojos abiertos. Las colas son discretas y los tipos con serifas son minoría.



(Motor a Fondo, 2013)

También se busca el dinamismo, por lo que la inclinación también se valora. Además, los títulos normalmente se ubicarán en zonas laterales izquierdas de la página, por lo que la inclinación que se busca es la más eclética, hacia la derecha.

#### Tipografías probadas:

Bebas Neue: **RUEDAS DE LA NOCHE**

Good times: **RUEDAS DE LA NOCHE**

SF Piezoelectric: *Ruedas de la noche*

SF Square Root: *ruedas de la noche*

Speakeasy: *RUEDAS DE LA NOCHE*

SF Automaton: ***RUEDAS DE LA NOCHE***

Finalmente, tras barajar entre la elegancia de Good Times, la concisión de Bebas Neue y el dinamismo de SF Automaton, se ha optado por esta última, que expresa mejor las sensaciones que se busca transmitir.

## Cuerpo

Aquí sí que se buscan tres aspectos: la originalidad, la legibilidad y el contraste con los títulos. La originalidad proporciona más personalidad al webdoc, la legibilidad es un aspecto básico para la lectura en pantalla, mientras el contraste con los títulos es interesante a la hora de discernir contenidos, tanto en lo que a diseño como a sentido se refiere. Por ello, visto que el título tiene una tipografía de asta gruesa, remates rectos y básicamente una personalidad muy marcada, la tipografía del cuerpo del texto debe ser discreta, ligeramente redondeada y de asta muy fina.

Otro criterio a tener en cuenta es la lectura en pantalla, que por lo general evita las serifas y utiliza muchas negritas y cursivas para destacar contenidos.

Tipografías probadas:

### ***RUEDAS DE LA NOCHE***

Aquí sí que se buscan tres aspectos: la originalidad, la legibilidad y el contraste con los títulos. **La originalidad proporciona más personalidad al webdoc**, la legibilidad es un aspecto básico para la *lectura en pantalla*, mientras el contraste con los títulos es interesante a la hora de discernir contenidos, tanto en lo que a diseño **como a sentido se refiere**. (Myriad Pro)

### ***RUEDAS DE LA NOCHE***

Aquí sí que se buscan tres aspectos: la originalidad, la legibilidad y el contraste con los títulos. **La originalidad proporciona más personalidad al webdoc**, la legibilidad es un aspecto básico para la *lectura en pantalla*, mientras el contraste con los títulos es interesante a la hora de discernir contenidos, tanto en lo que a **diseño como a sentido se refiere**. (Amble Light Condensed)

### ***RUEDAS DE LA NOCHE***

Aquí sí que se buscan tres aspectos: la originalidad, la legibilidad y el contraste con los títulos. **La originalidad proporciona más personalidad al webdoc**, la legibilidad es un aspecto básico para la *lectura en pantalla*, mientras el contraste con los títulos es interesante a la hora de discernir contenidos, tanto en lo que a **diseño como a sentido se refiere**. (PT Sans)

### ***RUEDAS DE LA NOCHE***

Aquí sí que se buscan tres aspectos: la originalidad, la legibilidad y el contraste con los títulos. **La originalidad proporciona más personalidad al webdoc**, la legibilidad es un aspecto básico para la *lectura en pantalla*, mientras el contraste con los títulos es interesante a la hora de discernir contenidos, tanto en lo que a **diseño como a sentido se refiere**. (Lato)

Tras eliminar la Myriad Pro por su asta demasiado gruesa, la Amble por su falta de remates y la Lato por ser demasiado ancha, se ha optado por la PT Sans como tipografía para el cuerpo del webdoc.

**Color:**

EL webdoc consta de varias secciones que toman forma en determinados objetos, lo que condiciona el color en algunas partes del webdoc (concretamente Secretos de la Profesión y Cifras y Trámites). Sin embargo, Para las secciones a las que sí se puede asignar un color u otro, es necesario determinar cuáles serán, que ayudarán a conformar la identidad del webdoc.



El tema determina en gran medida el esquema de colores utilizado: el negro como primario, y el amarillo como color destacado, que caracterizan a los taxis de Barcelona. Para complementar el color negro, se eligió el blanco como color secundario, visto que en las pruebas de legibilidad y de contraste de colores, ha resultado ser la más visible. Por lo tanto, la combinación elegida acabó siendo la de la parte inferior izquierda:

En la definición de los colores primario y secundario no hubo, como es de esperar siendo ellos blanco y negro, dudas respecto al tono. En lo que se refiere al amarillo existe un ligero dilema: si se busca el contraste con la oscuridad del negro buscando un tono más claro, el Amarillo Oro, o si se reproduce más fielmente el tono de los taxis de Barcelona, que se denominaría Amarillo Ocre, que produce menos contraste.



Como factor decisivo se ha optado por el contraste, por lo que el color final será el amarillo oro.

**Colores elegidos:**

## Primario

Negro:

RGB: 0, 0, 0

Notación HTML: #0000

## Secundario

Blanco:

RGB: 255, 255, 255

Notación HTML: #FFFFFF

## Destacado

Amarillo Oro:

RGB: 255, 215, 0

Notación HTML: #FFD700

## Formas y efectos

En un webdoc, el estilo de la de las formas es un componente esencial de su personalidad. El usuario está constantemente expuesto a ellas, y estas deben armonizarse con la tipografía y el color para transmitir el mensaje de la manera más efectiva y estética posible.

Las formas de Ruedas de la Noche, al igual que el color, presentan cierta variabilidad dependiendo de la sección en la que se encuentren. Si estamos en Cifras y Trámites, deben ser discretas y rígidas, mientras en Secretos de la Profesión se buscan las curvas y las irregularidades.

**Formas caracterizadoras del webdoc en general:** También en concordancia con el color, se debe determinar un estilo de formas propio al webdoc, un elemento común que da coherencia a todo el conjunto. El elemento que se basó la elaboración de dichas formas caracterizadoras del webdoc es la tradicional franja amarilla que cruza la puerta de los taxis de Barcelona.



Ilustración 26 Taxi esperando en la estación de Sants. Aquí se puede apreciar la relación de formas amarillas y negras en el coche, que inspiraron el grafismo del webdoc.

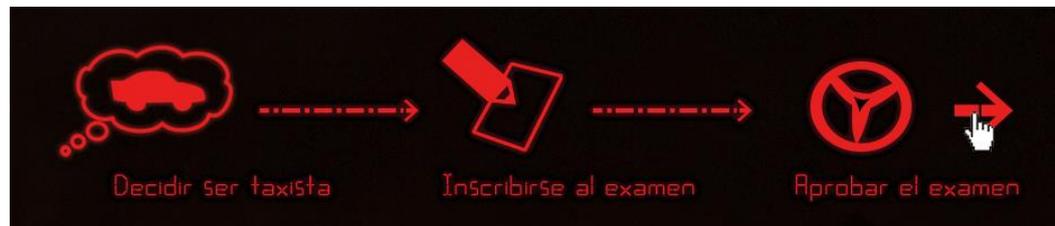


Para establecer la semejanza, se diseñaron polígonos cuadriláteros irregulares, interrelacionados con un efecto de superposición creado mediante un ligero sombreado de estos.

**El sombreado, muy utilizado en las pantallas, será una constante en el webdoc,** utilizado en todas las secciones menos en Cifras y trámites, donde se sustituye por el resplandor exterior de color rojo que evoca los números de una calculadora.

**Cifras y Trámites:** Como ya se explicó, Cifras y Trámites es una sección peculiar del webdoc, visto que su interfaz deja poco margen a la innovación, hasta el punto de ser la única donde se utiliza una tipografía de cuerpo diferente a la establecida para el webdoc. Aquí las pocas cajas de texto permitidas tienen que ser discretas para no romper la estética de la interfaz. El sombreado se prohíbe y se sustituye por un ligero resplandor, más adecuado al taxímetro.

Ilustración 27 Detalle de Cifras y trámites donde se puede apreciar el ligero resplandor exterior



**Secretos de la Profesión:** Al situarnos en el recibo de pago manual de un taxista – elemento elegido como base de la interfaz porque hace tiempo que no se utiliza y se guarda en el fondo de la guantera – las formas deben emular la escritura y el dibujo a mano. Por ello, se dejan de lado los polígonos, se hace uso del dibujo y en el caso de necesidad de destacar un contenido, se utiliza el subrayado. El sombreado se mantiene con la intención de destacar los textos, como si se trataran de conceptos que fluctúan sobre lo que está “escrito” en pantalla.



Ilustración 28 Detalle de la interfaz de Jerga de Taxista donde se pueden apreciar las líneas curvas, el subrayado y el sombreado.

**Nuevas Tecnologías:** En este caso, es mucho más fácil atenerse a los elementos comunes del webdoc, visto que tanto la metáfora (la pantalla del móvil) como el soporte en que se consume el webdoc (la pantalla del ordenador, móvil o tablet) convergen. La forma predominante será el rectángulo redondeado característico de las apps, y se ahorra en líneas, dibujos y rectángulos buscando el diseño funcional.

**APPS EN EL MERCADO**



Ilustración 29 Detalle de la Interfaz de Jerga de Apps en el Mercado

**Por dónde ir:** la única forma consiste en el panel lateral en que se activan y desactivan las funciones del mapa.

## Tratamiento Audiovisual de los Fragmentos de Vídeo

En Ruedas de la Noche existen dos grupos de fragmentos audiovisuales: los grabados de noche y llevan impresa la marca del webdoc (las entrevistas a los taxistas y el vídeo de introducción) y la excepción, que viene a ser la entrevista al experto, que está grabada de día y se encuadra en una sección que es toda una excepción en varios aspectos, Cifras y Trámites.

En este apartado no se profundizará en el tratamiento audiovisual de la entrevista al experto porque su realización técnica es relativamente pobre, tratándose de una entrevista con trípode en un despacho sin insertos y con corte sobre el propio personaje. Dicha “pobreza técnica” se fundamenta en que el fragmento de vídeo se encuadra en una sección cuya acción es externa, en las preguntas interactivas.

Aclarado este punto, se pasará a la descripción del tratamiento audiovisual de los fragmentos de vídeo de Introducción y de entrevista a los taxistas.



Ilustración 30 Interfaz de Pregunta al Experto donde se aprecia la situación del fragmento audiovisual en cuestión.

### Cámara:

El tipo de cámara será al hombro, con el fin de dotar de dinamismo y subjetivismo a los fragmentos audiovisuales. El usuario debe sumergirse en el webdoc, vivirlo en primera persona.

**Movimientos de cámara:** se hará uso, siguiendo esta línea, o bien de paneos rápidos o bien directamente de barridos. En menor medida algún enfoque-desenfoco para determinados planos, pero dada la inmersión que se pretende con el webdoc, no se abusará. Quedan excluidos pues los *travellings* y las panorámicas.

## Fotografía:

**Color e iluminación:** Para la definición del color de fotografía se han tenido en cuenta dos factores. En primer lugar está la iluminación nocturna de Barcelona, que se hace principalmente mediante lámparas incandescentes, de la misma forma que las lámparas internas de los taxis. En segundo lugar, los objetos principales del documental, los taxis nocturnos, son de color amarillo y negro, por lo que elegir tonos oscuros y combinarlos con amarillentos y anaranjados proporciona una ambientación audiovisual mucho más coherente con el contenido, además de facilitar el trabajo de iluminación y edición. La principal referencia fotográfica en este aspecto es – inevitablemente – la película *Collateral* (Mann, 2004).



Ilustración 31 Detalle del poster divulgativo de la película *Collateral*

**Encuadre de personajes:** visto que los personajes principales son taxistas, el encuadre con más significado es el Primer Plano, en el asiento delantero del taxi. Se hará uso considerable de planos subjetivos también, un recurso muy recurrente en películas de terror, como *Rec* (Balagueró, 2007), pero sobre todo lo que se busca emular son los videojuegos, como *L.A. Noir* (Rockstar Games, 2011)

## Sonido:

**Para la banda sonora del vídeo de introducción** se utilizó la introducción de la canción *Goodbye World*, de Rune Factory, cuyo principal elemento sonoro es el bajo. En este aspecto, *Ruedas de la Noche* se inspira en la película *Revólver* (Ritchie, 2005). **En los demás fragmentos, no hay música de fondo**, pero sí sonido ambiente, **con predominancia del motor de coche** en este aspecto, buscando la inmersión y el dinamismo citados arriba.

## Montaje:

El montaje debe tener un ritmo rápido, visto que en web la paciencia del usuario se agota muy rápidamente. Los planos serán cortos de duración y en el vídeo de introducción se apoyarán en fundidos para añadir un tono de misterio. Aparte de estos fundidos, **las transiciones se harán por corte directamente**, con una excepción: el barrido hacia arriba que introduce el webdoc (ver Navegabilidad > Vídeo de Introducción).

# PRODUCCIÓN DEL WEBDOC

## Equipo Humano

Ruedas de la Noche está pensado para ser producido por un equipo de dos personas: un periodista-diseñador (en este caso, yo mismo) y un programador web. **El periodista trabajará a jornada completa, mientras el programador trabajará a media jornada.** El tiempo mínimo necesario para la realización del webdoc es de 1 mes y 2 semanas, de las cuales el programador solo trabajará un mes.

**Debe recalcar que los conceptos de Producción y Postproducción cambian totalmente de los documentales tradicionales al webdoc.** El montaje de los vídeos, por ejemplo, el proceso más importante de la postproducción audiovisual tradicional, se convierte en un paso más de la producción de la pieza audiovisual total que viene a ser el webdoc. En su lugar, entran las funciones de moderación de foros, actualización esporádica de contenidos y la promoción mediante redes sociales.

Las jornadas laborales recomendables en días comunes irán de 9h a 16h con una hora de pausa para el periodista, y de 14h a 18h para el programador web. **La jornada laboral del periodista variará dependiendo de si hay rodajes/entrevistas/encuestas.** Los días en que haya rodajes/entrevistas/encuestas por la noche (marcados en el Diagrama de Gantt), el periodista trabajará de 17h a 1h. Dichas jornadas son orientativas: lo fundamental es cumplir los plazos estipulados en las fases de producción que se desglosarán en el próximo apartado.

El periodista y el programador web pueden trabajar a distancia durante la mayoría del tiempo compartiendo una carpeta de Dropbox para la mayoría de los archivos (sobre todo Photoshop) intercambiables

## Equipo Físico y Software

Ruedas de la Noche está pensado para ser un webdoc de muy bajo coste. Teniendo en cuenta el relativamente débil componente en vídeo del documental y el carácter altamente subjetivo de este, no implica un equipo complejo de producción.

El equipo físico necesario para la realización de Ruedas de la Noche es reducido:

<b>EQUIPO</b>	<b>FUNCIÓN</b>	<b>PROPIEDADES/REQUISITOS</b>
<b>Canon 550d</b>	Cámara de vídeo o fotográfica que incorpore grabación de vídeo	ISO 100-6400, H:12800 Vídeos Full HD Pantalla de Control Rápido Conexión para micrófono externa Recorte de Vídeo
<b>Olympus ME-15</b>	Micrófono de Solapa	Longitud: 1 metro Conector de 3.5 mm Sensibilidad de 42 dB
<b>Sony ICDPX333.CE7</b>	Grabadora	Grabación de mp3 de alta calidad Reproducción con reducción de ruido inteligente 4 GB de almacenamiento interno
<b>HP 15-P257NS (x2)</b>	Ordenadores para edición y desarrollo de contenidos	Procesador AMD Quad-Core serie A APU AMD Quad-Core con Gráfica AMD Radeon™ R5 SDRAM DDR3L de 8 GB SATA de 1 TB 5400 rpm
<b>Adobe Premiere</b>	Software de edición de vídeo	Procesador Intel Core2 Duo o AMD Phenom II compatible con 64 bits
<b>Adobe Photoshop y Adobe Illustrator</b>	Software de edición de imagen	4 GB de RAM (se recomienda 8 GB) Pantalla de 1280 x 800
<b>Hootsuite</b>	Software de gestión de redes sociales	Conexión a internet
<b>A definir por el programador</b>	Software de edición HTML5	
<b>Dropbox/WeTransfer</b>	Software de envío de archivos	Conexión a internet

## Fases de la producción:

Aclarados los medios necesarios, se procederá a describir los procesos de preproducción, producción y postproducción del proyecto. En la preproducción (que sí converge con la audiovisual tradicional), se llevará a cabo básicamente el trabajo de documentación y planificación de entrevistas, y tendrá una duración de una semana. En este punto no participará el desarrollador, que solo entrará en acción en la fase de producción. También en esta sección se llevará a cabo el diseño del mapa web según el contenido encontrado, para su posterior programación.

En la producción, dividida en 4 fases, empieza la elaboración de contenidos en paralelo a la programación y el desarrollo de estos en el producto interactivo. Durante la producción, el desarrollador trabajará con un desfase de una semana relativo al periodista: el periodista produce en la fase 1 los contenidos de Vida al Volante, por ejemplo, y cuando este pase a la fase 2, el programador empezará a insertar los contenidos de Vida al Volante en el producto digital. De esta forma se optimiza el trabajo con la máxima sincronía posible sin que los procesos productivos se solapen. Al final de las diferentes fases de preproducción y producción desglosada se presenta un esquema temporal de producción por días.

### Preproducción (1 semana) – solo periodista

1. Documentación
2. Entrevistas y encuestas

### Producción (4 semanas) – periodista y programador

3. **Primera fase (Día 8-16):** Vida al Volante
4. **Segunda fase (Día 17-22):** Cifras y Trámites
5. **Tercera fase (Día 23-29):** Por Dónde Ir y Secretos de la Profesión
6. **Cuarta fase (Día 30-34):** Nuevas Tecnologías

### Postproducción – solo periodista

7. Tests Think Aloud Protocol
8. Difusión en las redes sociales
9. Moderación de foros y seguimiento de las noticias

## Preproducción (1 semana) – solo periodista:

### Documentación:

1. Datos del mercado del Taxi
2. Historia del taxi
3. Principales medios de comunicación relativos al taxi
4. Aplicaciones y foros relativos al mercado de los taxis

### Entrevistas y encuestas:

1. Diseño de las encuestas a los taxistas para la sección de Por dónde ir.
2. Diseño de las entrevistas a los taxistas para las secciones Secretos de la Profesión y Vida al volante
3. Diseño de la entrevista para la sección Pregunta al Experto
4. Llamadas a las respectivas instituciones
5. Diseño del mapa web

Es importante resaltar que el proceso de documentación y el de diseño de las entrevistas y encuestas son prácticamente simultáneos, puesto que conforme el periodista se va documentando, añade, cambia y quita preguntas. A la vez, **las llamadas deben hacerse desde el primer día**, para evitar posibles descoordinaciones en las entrevistas y el consecuente retraso en la producción

**Los datos del mercado del taxi en Barcelona se pueden conseguir de forma online en dos páginas web:** en la sección de “Dades del sector” (IMET, 2015) Institut Metropolità del Taxi (IMET) y en el Instituto Nacional de Estadística (INE, 2012) (*Turismo de servicio público por comunidades, ciudades autónomas y provincias*). Visto que no se encuentran los datos necesarios para la sección de Cifras y Trámites, se los puede conseguir pidiéndolos por teléfono a dos instituciones: El y el Sindicato de Taxistas Autónomos de Cataluña y el propio IMET.

Para el resumen de la historia de los taxis que requiere el documental, es suficiente la información consultable en la antigua página web del IMET (IMTB, 2015) y fotosdebarcelona.com.

**Algunos de los foros y páginas web más conocidos del mundo del taxi:** Infotaxi.net, STAC (Noticias), IMET (Noticias – Taxi), Transporte Barcelona (TAXI – Noticias), UNALT (Noticias), itaxista.net y licenciastaxi.net.

Aplicaciones relativas al mundo del taxi: Uber, BlablaCar, Carpooling.es, Avancar, Amovens, Hailo, MyTaxi, PideTaxi, JoinApp, AMB app, Taxible, Taxi-click, EasyTaxi, Whatsapp, Google Maps y Telegram.

## Producción (4 semanas):

### Contenido

#### Primera fase (Día 8-16)

1. Entrevista y montaje a los taxistas de la sección Vida al volante y respectivas fotos para la interfaz del webdoc (Guion técnico a seguir)
2. Rodajes planos de situación
  - 2.1. Plaza Catalunya y Vila Olímpica
  - 2.2. Aeropuerto
  - 2.3. Sants
3. Diseño del grafismo de Vida al volante
4. Montaje Vídeo de introducción (Guion Técnico a seguir)

Esta fase tendrá lugar en la segunda semana de producción, y resulta ser la sección más importante del webdoc por varias razones: **Es la que más enlaces, más vídeo y más componente humano tiene.**

Visto que el día de la semana en que tendrán lugar las entrevistas no está determinado, en el Esquema de Producción consta que en todos los seis días de la semana trabajables habrá rodaje de planos de situación y de entrevistas. En realidad **estos tres días se distribuirán en tres días de planos de situación y tres días de entrevistas.** Los rodajes de planos de situación se adaptarán a los días de rodaje de entrevista. Las entrevistas se harán con una cámara al hombro y un micro de corbata, y la iluminación provendrá de la luz interna del taxi.

También cabe recordar que **es muy probable que los taxistas elegidos para las entrevistas se encuentren en alguno de los escenarios de los planos de situación**, visto que son los sitios de más movimiento, por lo que los rodajes de planos de situación y de entrevista se pueden combinar y así optimizar el tiempo para trabajar en el montaje de los vídeos y en el grafismo de Vida al Volante.

**Guion Técnico Vídeo de introducción:** el webdoc se introduce mediante un vídeo de 1 minuto que presenta el tema común de todas las secciones. **A la hora de pensar y producir el vídeo de introducción se tiene que considerar el soporte que se está utilizando es la web**, un medio donde tanto los contenidos como la atención del usuario van a un ritmo muy acelerado. El ritmo del vídeo, por lo tanto, debe ser rápido y provocar interés en el usuario, captar su atención para que no se vaya a otras páginas. Por ello también debe aprovechar el factor noche y adoptar un tono de misterio y a la vez presentar el tema principal con claridad. En las páginas siguientes se presenta el guion técnico del vídeo de introducción:

Guión Técnico Vídeo Introducción

		<b>IMAGEN</b>				<b>AUDIO</b>		
Nº	Tiempo	Acum.	Imagen	Plano	Movimiento de cámara	Pto. Vista	Voz	Sonido
1	3"	3"	Pantalla en negro. [Fundido dese negro] Texto: "Una Producción de:" [Fundido a negro]	-	-	-	-	2P: Música: Rune Factory – Goodbye World
2	2"	5"	Vista lateral de la calle desde la acera. Dos taxis entran y salen del plano rápidamente	Plano de Situación	-	Normal	-	2P: Música: Rune Factory – Goodbye World 3P: Sonido ambiente coches pasando
3	2"	7"	[Fundido desde negro] Texto: "Barcelona" [Fundido a negro]	-	-	-	-	2P: Música: Rune Factory – Goodbye World
4	2"	9"	[Fundido desde negro] Calle desde la acera. Dos taxis entran y salen del plano rápidamente [Fundido a negro]	Plano de Situación	-	Normal	Son las 2 de la mañana,	2P: Música: Rune Factory – Goodbye World
5	1"	10"	[Fundido desde negro] Escaleras del metro	Plano de Situación	-	Picado	Ya no hay metro	2P: Música: Rune Factory – Goodbye World
6	1"	11"	Parada de autobús desde la calle	Plano de Situación	-	Normal	Y los nitbuses escasean,	2P: Música: Rune Factory – Goodbye World

7	3"	14"	Vista del suelo de la calle, paneo y calle en perspectiva desde la acera	Plano Subjetivo	Paneo Vertical hacia arriba y Horizontal hacia la izquierda	Normal	Pero quieres volver a casa.	2P: Música: Rune Factory – Goodbye World
8	2"	16"	Farola coche	Plano Detalle	-	Normal	¿Qué haces?	2P: Motor coche encendiéndose 3P: Música: Rune Factory – Goodbye World
9	2"	18"	Calle en perspectiva desde el medio de la calle, paneo y calle en perspectiva desde el medio de la calle	Plano Subjetivo	Paneo Horizontal de 180°	Normal	Te asomas a la calle y esperas a que	2P: Motor coche encendido 3P: Música: Rune Factory – Goodbye World
10	2"	20"	Módulo de un taxi	Plano Detalle	Desenfocado-Enfocado	Normal	Una lucecita verde aparece en la esquina.	2P: Motor Coche encendido 3P: Música: Rune Factory – Goodbye World
11	4"	24"	Lateral taxi en la zona inferior del plano y fila de taxis al fondo en la zona superior	Plano de Situación	-	Normal	¿Cómo funciona el mercado que permite que ese coche	2P: Música: Rune Factory – Goodbye World
12	2"	26"	Lateral de una cola de dos taxis desde el suelo. En el taxi más alejado se ve un cliente hablando por la ventana.	Plano de Situación	-	Contrapicado	Amarillo y negro esté ahí cuando lo necesitas?	2P: Música: Rune Factory – Goodbye World
13	2"	28"	Calle desenfocada desde dentro de un taxi	Plano de Situación	-	Normal	¿Cuánto dinero produce?	2P: Música: Rune Factory – Goodbye World
14	3"	31"	Manos de un taxista girando volante	Plano Detalle	-	Ligero Picado	¿Está en crisis?	2P: Música: Rune Factory – Goodbye World

15	4"	35"	Cola de taxis en perspectiva desde la acera, un taxi se pone de último y se para. Paneo y cielo oscuro	Plano de Situación	Paneo Horizontal hacia arriba	Normal	Puedes saberlo todo... Entra y verás.	2P: Música: Rune Factory - Goodbye World
16	7"	42"	Pantalla en negro. [Desplazamiento lateral hacia la derecha desde fuera del plano] "Ruedas" [Desplazamiento lateral hacia la izquierda desde fuera del plano] "de la noche" [Fundido desde negro] "el mundo de los taxis nocturnos en Barcelona" [Fundido a negro]	-	.	.	.	Música: Rune Factory - Goodbye World [Fundido]
17	7"	49"	Cielo oscuro. Paneo Vertical hacia abajo y se ve un taxista apoyado en la puerta de su coche (asiento del pasajero). Tras contestar da la pregunta, da la vuelta al coche.	Plano Subjetivo- Americano	Paneo Horizontal hacia abajo	Normal	-¿Está libre? -Sí	Sonido Ambiente
18	8"	57"	Puerta del coche del conductor. El conductor viene de la puerta del pasajero, abre la puerta, entra y cierra la puerta.	Plano Detalle	-	Ligero Picado	-	Puerta cerrándose

**Guion Técnico Vida al Volante:** en todas las entrevistas, una vez montadas, el taxista contestará a 5 preguntas, siguiendo el mismo patrón: 1 pregunta fija que se hará a todos los taxistas, 2 preguntas sin interacción que cambiarán de taxista a taxista y 2 preguntas que cambiarán de taxista a taxista y llevarán a una posible interacción (mediante la caja flotante que aparecerá en pantalla).

#### **Pregunta fija:**

¿Por qué decidió ser taxista?

#### **Preguntas variables sin interacción:**

¿Por qué prefiere trabajar de noche?

¿Cómo coordina con la familia el turno de noche?

¿Ha tenido miedo alguna vez en el taxi?

¿Pretende trabajar para siempre en el turno de noches?

¿Es verdad que por la noche hay más turistas que locales?

#### **Preguntas variables con interacción:**

¿De qué manera afectan las nuevas tecnologías a su trabajo?

¿Tenéis códigos para hablar entre taxistas?

¿Le costó sacarse el carnet de taxista?

¿Tiene alguna parada preferida en Barcelona?

¿Ha tenido alguna vez a un pasajero que le marcó?

¿Cuánto gana por noche?

**Las preguntas no se escucharán en la entrevista montada.** En el momento de la entrevista con el taxista, el periodista le hará todas las 12 preguntas planteadas. La razón por la que se seleccionan 5 preguntas de un total de 12 se basa en **dos posibles problemas con el contenido de las entrevistas: a) la repetición de información y b) respuestas irrelevantes a determinadas preguntas** por parte de algún taxista. La selección de cuáles taxistas contestarán a cuáles preguntas en el webdoc se hará en postproducción.

Con ese margen de posibles preguntas descartables, se puede conseguir entrevistas cortas, concisas y que provoquen interés por las demás. El reparto de preguntas por taxistas permite que el usuario, al "entrevistarlos" a todos, tenga una idea completa del tema sin que se repita mucha información e interactuando con ellos.

En las próximas páginas se presentará el guion técnico que servirá de ejemplo para todas las entrevistas. **Teniendo en cuenta la intención de que la entrevista se viva en primera persona**, se trabajará con el corte sobre el propio taxista como principal transición de planos, incluyendo dos insertos que ilustren las preguntas que vendrán a seguir, como si los elementos que aparecen en los planos provocaran dichas preguntas.

Es importante recalcar que **los planos marcados con asteriscos indican en qué momento entrará la caja flotante** con sus respectivos links a otras secciones del webdoc.

Guión Técnico Entrevista Vida al Volante

		<b>IMAGEN</b>				<b>AUDIO</b>			
Nº	Tiempo	Acum.	Imagen	Plano	Movimiento de cámara		Pto. Vista	Voz	Sonido
1	3"	3"	[Fundido desde negro] Manos de Taxista girando volante	Plano Detalle	-	Normal	-	-	Sonido ambiente de dentro del coche
2	3"	6"	Escorzo Taxista conduciendo	Primer Plano escorzo	-	Normal	[Silencio de 2 segundos] [Fundido de entrada] Respuesta Taxista a la pregunta: "¿Por qué decidió ser taxista?"	Sonido ambiente dentro del coche [Fundido de salida]	
3	Aprox. 40"	Aprox. 50"	Taxista conduciendo y mirando a la calle	Primer Plano lateral	-	Normal	Respuesta Taxista a la pregunta: "¿Por qué decidió ser taxista?"	Sonido ambiente coche, calle	
4	Aprox. 20"	Aprox. 1'10"	Taxista conduciendo y mirando a la calle	Primer Plano lateral	-	Normal	Respuesta Taxista a la pregunta: "¿Por qué prefiere trabajar por la noche?"	Sonido ambiente coche, calle	
5	5"	Aprox 1'10"	Calle vista desde dentro del coche	Plano de situación	-	Normal	[Silencio de 2 segundos] [fundido de entrada] Respuesta Taxista a la pregunta: "¿Ha tenido miedo alguna vez en el taxi?"	Sonido ambiente coche, calle	
6	Aprox. 20"	Aprox. 1'30"	Taxista conduciendo y mirando a la calle	Primer Plano lateral	-	Normal	Respuesta Taxista a la pregunta: "¿Ha tenido miedo alguna vez en el taxi?"	Sonido ambiente coche, calle	



7	2"	Aprox. 1'10"	Licencia de Taxista	Plano Detalle	Desenfocaje- enfoque	Normal	[Silencio de 2 segundos] <i>[fundido de entrada]</i> Respuesta Taxista a la pregunta "¿Le costó sacarse el carnet de taxista?"	Sonido ambiente coche, calle
8	Aprox. 40"	Aprox. 1'50"	Taxista conduciendo y mirando a la calle *	Primer Plano lateral	-	Normal	Respuesta Taxista a la pregunta: "¿Le costó sacarse el carnet de taxista?"	Sonido ambiente coche, calle
9	Aprox. 30"	Aprox. 2'40"	Taxista conduciendo y mirando a la calle **	Primer Plano lateral	-	Normal	Respuesta Taxista a la pregunta: "¿Cómo afectan las nuevas tecnologías a su trabajo?"	Sonido ambiente coche, calle
10	10"	Aprox. 2'50"	Taxista conduciendo y mirando a la calle, gira el volante, disminuye la velocidad y frena Barrido y exterior coche. <i>[fundido a negro]</i>	Plano Subjetivo	Paneo hacia arriba y hacia abajo (gesto de asentimiento) Barrido de 180°	Normal	Taxista: bueno, hemos llegado. ¡Que vaya bien!	Sonido ambiente coche, calle

\*Mientras el taxista contesta, aparece la caja de texto flotante del webdoc: "Taxista está hablando de Cifras y Trámites. Ir ahora / Ver más tarde"  
(Ver: Ruedas de la Noche > Navegabilidad > Vida al Volante)

\*\*Mientras el taxista contesta, aparece la caja de texto flotante del webdoc: "Taxista está hablando de Nuevas Tecnologías. Ir ahora / Ver más tarde"  
(Ver: Ruedas de la Noche > Navegabilidad > Vida al Volante)

**Producción > Segunda fase (Día 17-22)**

1. Entrevista y montaje a Eduard Ràmia, gerente del Institut Metropolità del Taxi de Barcelona
2. Redacción de contenido de Cifras y Trámites:
  - 2.1. Convertirse en Taxista
  - 2.2. Producción de gráficos
3. Diseño del grafismo de Cifras y Trámites
  - 3.1. El Mercado en cifras
  - 3.2. Convertirse en Taxista
  - 3.3. Desglose del Precio
  - 3.4. Pregunta al Experto

En la entrevista a Eduard Ràmia es esencial acordarse de grabar 15 segundos de él en silencio (con sonido ambiente de despacho), para el posterior montaje de la entrevista interactiva. La entrevista se hará con trípode, cámara y micro de corbata.

De cara al guion, **la entrevista al experto solo tendrá un plano, puesto que se trata de un vídeo corto que se encuentra en una zona lateral derecha de la pantalla** y la acción (la elección de las preguntas) ocurrirá en la otra zona izquierda. Las respuestas durarán de 45 segundos a 2 minutos. Visto que solo hay un plano, se considera innecesario el guion técnico para la entrevista.

El plano será el Plano Medio Largo. Las transiciones necesarias se harán sobre el propio Eduard Ràmia. El lugar será su despacho, con algún elemento significativo del mundo de los taxis de fondo, si lo hay en la sala.

### Producción > Tercera fase (Día 23-29)

1. Entrevistas cortas y encuestas a taxistas para las secciones de Por dónde ir y Secretos de la Profesión
  - 1.1. Grabación de 8 fragmentos de voz para la banda sonora de Pasajeros Inolvidables
  - 1.2. Consecución de 30 historias para la sección Pasajeros Inolvidables
  - 1.3. Consecución de 30 expresiones para la sección Jerga de Taxista
  - 1.4. Realización de un mínimo de 150 encuestas
2. Redacción de contenido y diseño del grafismo de Secretos de la Profesión:
  - 2.1. Pasajeros inolvidables
  - 2.2. Cómo se organizan
  - 2.3. Jerga de Taxista
3. Diseño del grafismo de Por dónde ir

La parte más importante de esta fase son, sin duda, las encuestas que se harán a los taxistas, que servirán de fuente de información para tres secciones diferentes: Por Dónde Ir, Secretos de la Profesión y Cifras y Trámites.

**Encuestar a un 10% de los taxistas nocturnos de la ciudad, en diferentes puntos de ella, se considera una muestra representativa** (teniendo como referencia las mediciones de audiencia televisiva de España, hechas a partir de 2800 hogares para 47 millones de personas (Alonso, 2000), es muy representativa). Barcelona tiene unos 13 mil taxistas en activo, 25% de ellos por la noche (ver Ruedas de la Noche > Público Objetivo).

El número de encuestados, pues, debe ser el 10% de 3 mil taxistas, es decir, 300. Para conseguirlo, las encuestas se harán a través de tres medios diferentes: encuestas electrónicas distribuidas *online* en foro de taxis y grupos en Facebook, encuestas en papel distribuidas en las salas de espera del IMET (con el permiso de Patricia Terán Hurtado, jefa de prensa de la institución) y entrevistas realizadas por el periodista a lo largo de tres días.

**Las entrevistas realizadas por el periodista constituyen la parte más firme de las 300 propuestas** (no está garantizada la participación de los taxistas en internet y en el IMET), marcando un mínimo de 50 encuestas al día.

Se da por supuesto que las primeras entrevistas serán más largas, visto que el periodista debe conseguir 30 Pasajeros Inolvidables (8 de ellos grabados en voz para la banda sonora de la sección) y 30 expresiones para la sección Jerga de taxista, pero una vez las haya conseguido, se prevé que el ritmo de encuestas sea más rápido y se supere el mínimo base de 150 encuestas.

**Encuesta general:**

1. Según su experiencia, ¿cuáles son las vías más transitadas de Barcelona por la noche?
2. ¿Cuál fue su tiempo máximo de espera en una parada de taxis en Barcelona?
3. ¿Cuánto tiempo puede llegar a esperar en las siguientes paradas, si las frecuenta?
  - a. Aeropuerto i. +3 horas
  - b. Sants ii. +2 horas
  - c. Vila Olímpica iii. +1 hora
  - d. Plaça Catalunya iv. +30 minutos
  - e. ¿Otra?
4. ¿Tiene el taxi en hipoteca? Sí/No
  - a. ¿A cuántos años?
    - i. 10 años
    - ii. 12 años
    - iii. 24 años
  - b. ¿Cuánto paga por mes por la hipoteca?

**Preguntas para otras secciones:**

1. ¿Ha tenido alguna experiencia en el taxi que le marcó?
  - a. ¿Autoriza que se le reproduzca su entrevista en un documental para internet?  
Sí/No
2. ¿Podría decir alguna expresión o código que solo los taxistas utilicen?

**Producción > Cuarta fase (Día 30-34)**

1. Redacción del contenido escrito de Nuevas tecnologías
  - 1.1. Apps en el Mercado
  - 1.2. 12 Primeras Noticias Nuevas del Taxi
  - 1.3. 5 propuestas de temas en el Foro de discusiones creadas con nombres diferentes
2. Diseño del Grafismo de Nuevas Tecnologías

Para la sección de Nuevas del **Taxi se hará una selección de diez noticias de diferentes fuentes de información** (La Gaceta del Taxi, STAC, IMET o medios tradicionales) y se escribirán 2 noticias propias, para dar cierta credibilidad informativa a Ruedas de la Noche. De esta forma, la sección de noticias del webdoc contará con tres páginas de *scroll*, y desde un primer momento mostrará una cobertura continua de las noticias del taxi.

A su vez, para la sección de Foro de discusiones, se utilizarán métodos “ilegítimos” para fomentar la participación de los usuarios. Puesto que los primeros posiblemente no se sentirán impelidos a participar, **el periodista creará un total de cinco discusiones “polémicas”**, una de ellas asumiendo su real papel de moderador del webdoc y preguntando a los usuarios sus opiniones sobre el producto. El periodista también deberá contestarse a sí mismo en algunas de las conversaciones, y así hacer parecer que alguien ya ha dado el primer paso en algunas discusiones.

**Posibles temas polémicos:**

- Hasta que punto el *carsharing* es intrusismo en el mundo del taxi
- Cuánto se gana en media por noche
- Si es difícil sacarse el carnet de taxista
- El nivel de inglés de los profesionales
- Si compensa o no comprar coches eléctricos para ejercer de taxista

**Producción > Interactivo****Primera Fase**

1. Programación de los enlaces entre secciones a partir del mapa web

**Segunda fase**

2. Programación Introducción-Home
3. Programación sección Vida al Volante

**Tercera fase**

1. Programación sección Cifras y Trámites
  - 1.1. Programación Desglose del Precio
  - 1.2. Programación Entrevista Eduard Ràmia
  - 1.3. Programación El Mercado en Cifras
  - 1.4. Programación Convertirse en Taxista

**Cuarta fase**

1. Desarrollo del mapa interactivo Por dónde ir
2. Programación Secretos de la Profesión
  - 2.1. Programación Cómo Se organizan
  - 2.2. Programación Jerga Taxista
  - 2.3. Programación Pasajeros Inolvidables

**Quinta fase**

1. Programación Nuevas tecnologías
  - 1.1. Programación Apps en el Mercado
  - 1.2. Programación Nuevas del Taxi
  - 1.3. Programación Fórum de discusiones

**ESQUEMA DE PRODUCCIÓN - RUEDAS DE LA NOCHE**

	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24	25	26	27	28	29	30	1	2	3	4
Documentación																																		
Llamadas																																		
Diseño Entrevistas y Encuestas																																		
Diseño Mapa Web																																		
Entrevista y montaje taxistas																																		
Rodajes planos de situación																																		
Grafismo Home																																		
Grafismo Vida al Volante																																		
Montaje Vídeo de Introducción																																		
Programación mapa web																																		
Entrevista y montaje Eduard Ràmia																																		
Redacción escritos Cifras y Trámites																																		
Producción de gráficos																																		
Grafismo Secciones CYT*																																		
Programación Intro-Home																																		
Programación sección Vay**																																		
Encuestas SDP*** y Pdl****																																		
Redacción escritos SDP																																		
Grafismo Secciones SDP																																		
Grafismo Por Dónde Ir																																		
Programación Secciones CYT																																		
Redacción escritos NT*****																																		
Grafismo Nuevas Tecnologías																																		
Revisión																																		
Programación SDP																																		
Desarrollo Mapa Interactivo Pdl																																		
Programación Nuevas Tecnologías																																		

\*Vida al Volante \*\*Cifras y Trámites \*\*\*Secretos de la Profesión \*\*\*\*Por dónde Ir \*\*\*\*\*Nuevas Tecnologías

## Postproducción – solo periodista – duración indeterminada

Como se explicó anteriormente (Equipo Humano > Producción), la Postproducción de un webdoc difiere en su totalidad de la Postproducción audiovisual tradicional. El webdocumental está inmerso en internet, por lo que **su propia realización implica la atracción de usuarios y la moderación de estos**. Además, al ser el webdoc una página web, está sujeto a los criterios de usabilidad (Nielsen, 1998) y debe pasar por las pruebas pertinentes para ofrecer su contenido de la mejor forma posible.

En esta fase, el periodista trabajará a media jornada durante un período indeterminado, que exige un mínimo de una semana para la primera fase de postproducción y se recomienda que sea de mínimo un mes.

Durante la fase de Postproducción se llevarán a cabo tres grandes acciones:

1. **Tests Think Aloud Protocol:** utilizando el método de Lewis (1982), se seleccionarán 10 posibles usuarios del webdoc y se les pedirá que consuman el producto, diciendo qué piensan mientras pasan por las diferentes secciones. Mientras tanto, el periodista apuntará, sin interpretar lo que dice el usuario, todo lo que dice. Según comprueban los estudios del propio Nielsen, con un grupo de 5 personas se pueden eliminar un 80% de errores de diseño en el webdoc. Una vez corregidos los errores, el producto estaría listo para lanzarse.
2. **Difusión en las redes sociales:** estar en internet acarrea serios problemas de financiación, pero a la vez facilita mucho la difusión. Con la estrategia correcta, es posible ubicar el webdoc a un clic de muchos potenciales usuarios, con las redes sociales. Para ello es necesario diseñar una campaña de marketing comercial basada en la colaboración de empresas y particulares que posean perfiles de usuario de las redes relativos al mundo del taxi y al del webdoc.

La campaña, que puede tener una duración extensible de uno a tres meses, se basará en dos redes: Facebook, donde se combinaría la publicidad pagada y la gratuita y Twitter, en esta de carácter totalmente gratuito.

### Facebook:

*Gratuita:* Compartir el contenido con las páginas de aplicaciones del mundo del taxi (MyTaxi, Hailo, PideTaxi), con las páginas institucionales (AMB, STAC, UNALT), con páginas en Facebook de emisoras de taxi (Ràdio Taxi 033, Miramar) y en grupos específicos para taxistas en Barcelona (Taxistas de Barcelona). Igualmente, compartir el webdoc con páginas de productoras audiovisuales y concretamente interactivas (Explora Films, Barret Films, Lab RTVE, ARTE, NFB) y con páginas web especializadas en tecnología, por ejemplo como

Xataka.com. Con esta parte de la campaña se busca alcanzar unos 30 mil usuarios potenciales en la red.

*Pagada:* utilizando el sistema de publicidad selectiva de Facebook, destinar 150 euros a divulgar el webdoc entre el público español que haya tenido interés por la palabra “taxi” y 150 euros a las personas de entre 15 y 35 años de Barcelona. Con esta parte de la campaña, se busca alcanzar unos 20 mil usuarios potenciales en la red.

**Twitter:**

Compartir el webdoc buscando el *retweet* de varios usuarios que guardan relación con el mundo del taxi en Barcelona (Taxis Barcelona, By-Taxi, Reserva Taxi Barcelona, Taxi+, Taxi15, STAC, AMB, Unalt, Taxi en Valencia) y de España. Mediante Twitter se estima un alcance de unos 10 mil posibles usuarios.

3. **Moderación de foros y seguimiento de las noticias:** al menos durante los tres primeros meses de vida del webdoc, es esencial mantener actualizado el *feed* de noticias para mantener la credibilidad del producto. Además, si el webdoc obtiene el éxito que se busca, sería de esperar que se produjera cierto rozamiento en las discusiones del foro y que se publicaran historias ofensivas en Pasajeros Inolvidables.

# PRESUPUESTO

Como se explicó en Ruedas de la Noche > Producto, el webdoc es una producción que se basa fundamentalmente en las el trabajo humano dedicado a ella, y no tanto en el equipo físico que se utiliza. No se necesitará una gran realización audiovisual, pero sí habrá un proceso exhaustivo de recopilación de datos y de maquetación web.

No es necesario un equipo de alta gama para la realización del webdoc, de hecho todo el hardware y el software necesario para la elaboración de contenido están al alcance del ciudadano común. Precisamente los medios especificados en Producción son de mi propiedad, por lo que no se incluirán en el presupuesto final del proyecto.

El software de edición HTML5 necesario para la programación de contenido será determinado por el programador web, pero tampoco se incluirá en el presupuesto, al dar por supuesto que un profesional de este campo ya lo posee.

Abajo se enumeran a grandes rasgos los conceptos que componen el presupuesto total de producción de Ruedas de la Noche, y en la siguiente página de forma más detallada. **En total, el coste de producción del webdoc es de 4.520 euros.** Las unidades de medida en corresponden a una sección, pieza escrita o audiovisual, y en el caso de la redacción de contenido, por página escrita.

**Periodista:** cobrará 11 euros la hora. Como se especificó en el esquema de producción, trabajará a jornada completa durante el período de un mes y una semana y posteriormente a jornada parcial durante un período mínimo de una semana y óptimo de tres meses. En un presupuesto con un período de postproducción mínimo, trabajará un total de 38 días y cobrará en total 3080 euros.

**Programador:** cobrará 10 euros la hora. Trabajaré durante el período de un mes a jornada parcial. Trabajaré un total de 26 días y cobrará, independiente del modelo de presupuesto, 1040 euros.

**Entrevistados Think Aloud Protocol:** Remunerando a los 5 entrevistados con 20 euros por entrevista, se gastará un total de 100 euros.

**Campaña Publicitaria en Facebook:** dos campañas, una seguida de la otra, de 150 euros cada una, sumando un total de 300 euros.

CONCEPTO	PRECIO UN.		SUBTOTAL
<b>Redacción contenido</b>			
Vida al Volante	22,00 €	1	22,00 €
Cifras y Trámites	44,00 €	4	176,00 €
Secretos de la Profesión	44,00 €	6	264,00 €
Nuevas Tecnologías	44,00 €	10	440,00 €
Redacción noticias	33,00 €	2	66,00 €
Diseño Entrevistas y Encuestas	22,00 €	2	44,00 €
Rodajes	44,00 €	7	308,00 €
<b>Montaje Vídeo</b>			
Entrevistas	55,00 €	4	220,00 €
Intro	55,00 €	1	55,00 €
<b>Montaje Audio Pasajeros Inolvidables</b>			
Diseño Mapa Web	77,00 €	1	77,00 €
<b>Grafismo</b>			
Home	44,00 €	1	44,00 €
Vida al Volante	33,00 €	4	132,00 €
Cifras y Trámites	44,00 €	5	220,00 €
Secretos de la Profesión	44,00 €	4	176,00 €
Por Dónde ir	33,00 €	1	33,00 €
Encuestas Taxistas	88,00 €	3	264,00 €
Tratamiento de datos encuestas	88,00 €	1	88,00 €
Estrategia Marketing Digital	220,00 €	1	220,00 €
<b>Entrevistas Think Aloud Protocol</b>			- €
Entrevistador	22,00 €	5	110,00 €
Entrevistados	20,00 €	5	100,00 €
Selección Noticias	33,00 €	2	66,00 €
Moderación de Foros	33,00 €	1	33,00 €
Programación Mapa Web	200,00 €	1	200,00 €
Desarrollo Mapa Interactivo	120,00 €	1	120,00 €
<b>Programación secciones</b>			
Intro-Home	80,00 €	1	80,00 €
Vida al Volante	40,00 €	4	160,00 €
Cifras y Trámites	40,00 €	5	200,00 €
Secretos de la Profesión	30,00 €	4	120,00 €
Nuevas Tecnologías	40,00 €	4	160,00 €
<b>Publicidad Facebook</b>			
Campaña España	150,00 €	1	150,00 €
Campaña Taxi	150,00 €	1	150,00 €
<b>TOTAL</b>			<b>4.520,00 €</b>
<b>Periodista</b>			<b>3.080,00 €</b>
<b>Programador</b>			<b>1.040,00 €</b>
<b>Otros</b>			<b>400,00 €</b>

# *CONCLUSIONES*

## RUEDAS DE LA NOCHE

**Ruedas de la Noche es un producto con mucho potencial.**

Como ya se ha recalcado en varias partes del proyecto, el webdoc trata de un tema que provoca interés y **el diseño de su consumo está hecho de forma que, como buen webdoc categórico, pueda ser consumido tanto por fragmentos y como un todo.** El usuario que se interese solo por las cifras puede explorar durante 10 minutos la sección de Cifras y Trámites, examinar los datos del mercado del taxi, analizar la rentabilidad de un taxi en Desglose del Precio e irse, a la vez que otro usuario puede interesarse por la situación familiar de los taxistas nocturnos y sus historias personales en el taxi. Otro hipotético usuario taxista podría “engancharse” a secciones como el Foro, Pasajeros Inolvidables y Nuevas del Taxi, mientras un cuarto usuario puede estar buscando referencias en la oferta de *apps* en el mercado para saber cuál de ellas descargarse, y todos podrían sacar esas informaciones de Ruedas de la Noche. **Todo ello sin perder una identidad central de webdocumental** y sumergiendo al usuario en el tema manteniendo en todo momento la coherencia metafórica. Se crearon cinco zonas de acción muy diferentes entre sí, pero que conforman varias partes de un todo, el mercado de los taxis.

**Cada sección está pensada buscando un diferencial** de otras páginas que ya existen en el medio virtual del taxi: el Foro por su diseño, Pregunta al Experto por las opiniones de una de las personas más importantes del taxi en Barcelona, Cómo se Organizan porque agrupa de forma gráfica y jerarquizada grandes cantidades de información institucional del mercado... Todas ellas buscan atraer a los usuarios desde una faceta diferente del mundo de los taxis.

La receta está hecha, solo faltan los ingredientes. Con la inversión necesaria, se puede hacer un producto de mucha calidad, que por qué no, podría convertirse en una referencia de la producción webdocumental de España

## CONSIDERACIONES FINALES

En primer lugar, estoy orgulloso del trabajo hecho.

Si algo he aprendido en esta universidad es que **contar cosas a la gente es fácil, pero contarlas bien es un oficio duro**. Contarlas en una pantalla, más aún, y para cualquier proyecto audiovisual de calidad se necesita una planificación exhaustiva.

**Hacer un documental audiovisual tradicional traería mucho más trabajo manual, pero mucho menos trabajo de decisión.** El webdoc aún está desarrollando formas estándares de producción, y el software utilizado está lejos de la plenitud de programas como Premiere o AfterEffects, lo que implicó, durante todo el proceso de elaboración del proyecto, constantes tomas de decisiones, consultas de fuentes y replanteamientos del tratamiento. Hubo momentos en que, cansado de buscar referencias teóricas a la hora de elaborar un esquema de producción, me preguntaba si no habría sido más fácil desde un principio proponer un modelo, por ejemplo, de guion para documentales interactivos. Tal vez para la tesis del máster. Este desafío de decisión constante, sin embargo, constituyó una motivación especial a la hora de enfrentar el TFG. **Explorar lo desconocido ha sido en algunos momentos cansino, pero ha sido divertido.**

En mi opinión, el producto y el esquema de producción finales son potentes, y en **cuanto bucee en el revoltoso mundo laboral pondré en marcha todos los mecanismos para llevarlo a cabo**. Existe efectivamente un hueco comunicativo en el sector del taxi, y me siento perfectamente capaz de rellenarlo.

Este proyecto, además, me permitió poner a prueba algunas de mis capacidades creativas en lo que a diseño se refiere, y **me alegro de ver cómo ha ido aumentando, a lo largo de la carrera, la calidad de mis resoluciones estéticas**, tanto en pantalla como impresas. Aparte del diseño, también he tenido que **manejar equipo audiovisual durante todo el año**, desarrollando mis capacidades de cámara. Siento que ahora mismo, al cabo de 4 años de estudios, realmente **dispongo de las herramientas necesarias para desarrollar cualquier modalidad de periodismo**, eso sí, aprendiendo siempre. Seguramente sé mucho más ahora de lo que sabía antes, pero queda mucho más por saber.

**Ruedas de la Noche también me aproximó más al mundo del webdoc.** Es evidente que aún se están realizando experimentos con el género y muchas producciones deberían repensarse a fondo, pero NFB, ARTE y Lab RTVE están sacando adelante proyectos muy interesantes. Si este TFG no se hubiese interpuesto, habría ido a conocer los proyectos interactivos de InterDocs Barcelona. Vivir del webdocumental y de los reportajes multimedia sería un futuro grato. Pretendo acompañar las creaciones canadienses y francesas de cerca, aprender de sus formas

para, en cuanto surja un nuevo tema con un nivel de interés semejante al de Ruedas de la Noche, abocarlo con entusiasmo.

Como todo proyecto de larga duración, Ruedas de la Noche ha traído momentos buenos y malos. Sesiones de 20 horas de edición de imagen regadas a café, entrevistas a las 2 de la mañana en la estación de Sants y sesiones de rodaje intensivas en la Vila Olímpica, en las calles del Poblenou son algunos de los ejemplos de entrega y esfuerzo a este TFG. A la vez, las pequeñas victorias como el ver el trabajo tomando forma, el comprobar que un esbozo está bien resuelto, la consecución de frases sintéticas y completas en contenido o el tan esperado cierre de un apartado son logros que producen una satisfacción que solo puede entenderse habiendo hecho un proyecto de dichas proporciones.

***ANEXOS***

# RUEDAS DE LA NOCHE

EL MUNDO DE LOS TAXIS NOCTURNOS EN BARCELONA



PROGRESO  
**0%**



**VIDA AL VOLANTE**

[Comparte](#) [Mapa Web](#) [Créditos](#) [Contacto](#) [HOME](#)

SORTIDO: 01

## RUEDAS DE LA NOCHE



**CARLOS**

**Elige un taxista al que entrevistar**

[Comparte](#) [Mapa Web](#) [Créditos](#) [Contacto](#) [HOME](#)

sonido on

RUEDAS DE LA NOCHE

# CIFRAS Y TRÁMITES

EL MERCADO EN CIFRAS

PREGUNTA AL EXPERTO

SACAR LA LICENCIA

DESGLOSE DEL PRECIO



Descubre todos los datos mas importantes del mundo del taxi, como el numero de licencias que hay en Barcelona, el precio medio de la carrera o la principal fuente de energia utilizada para los coches

VOLVER

Comparte

Mapa Web

Créditos

Contacto

HOME

sonido on

RUEDAS DE LA NOCHE

# DESGLOSE DEL PRECIO

CUÁL es La SITUACIÓN DE SU TAXISTA?

Asalariado

▶ Coche en Hipoteca

Hipoteca a 10 años

▶ Hipoteca a 20 años

Hipoteca a 24 años

Licencia pagada

15,50 |

PAGA CON TARJETA?

▶ SI NO

▶ CALCULAR ◀

HOME

Comparte

Mapa Web

Créditos

Contacto

HOME

sonido: on

RUEDAS DE LA NOCHE

# CONVERTIRSE EN TAXISTA



No es fácil aprobar el examen, puesto que solo consiguen la credencial un 35% de los presentados. Una vez conseguido el carnet de taxista, ya se puede ejercer como asalariado en una flota o para un autónomo. Pero el objetivo del taxista normalmente es tener su propia

VOLVER

- Comparte
- Mapa Web
- Créditos
- Contacto
- HOME

sonido: on

RUEDAS DE LA NOCHE

# EL MERCADO EN CIFRAS

HOME

- Comparte
- Mapa Web
- Créditos
- Contacto
- HOME

Sonido ON

RUEDAS DE LA NOCHE

# PREGUNTA AL EXPERTO

1. QUE FUNCIONES EJERCE EL IMET?
2. QUE DIFERENCIA AL TAXI NOCTURNO DEL DIURNO?
3. HAY MAS TAXISTAS MIGRANTES POR LA NOCHE?
4. HAY DEMASIADOS TAXIS EN BARCELONA?
5. ES JUSTO EL PRECIO DE LA LICENCIA DE TAXI EN BARCELONA?
6. EL IMET COBRA IMPUESTOS A LOS TAXISTAS?

VOLVER



## EDUARD RÀMIA

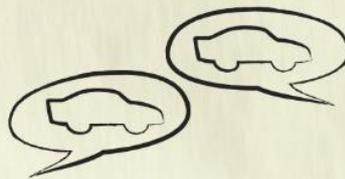
PRESIDENTE DEL INSTITUT METROPOLITÀ DEL TAXI DE BARCELONA

Sonido ON

RUEDAS DE LA NOCHE

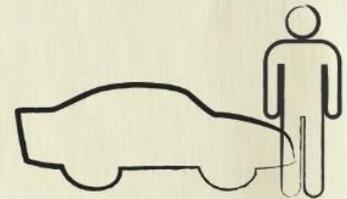
# SECRETOS DE LA PROFESIÓN

CÓMO SE ORGANIZAN



JERGA DE TAXISTA

PASAJEROS INOLVIDABLES



VOLVER

RECIBO DE PAGO

Comparte

Mapa Web

Créditos

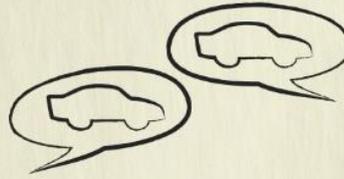
Contacto

HOME

SONIDO. DT

RUEDAS DE LA NOCHE

# JERGA DE TAXISTA



**ENCOCHAR**

**EXPRESIÓN 2**

**EXPRESIÓN 3**

**EXPRESIÓN 4**

**MÓVIL**

**TRILLAR**

*Circular por las calles en busca de posibles pasajeros*



**EXPRESIÓN 7**

**EXPRESIÓN 8**

**PETEQUENQUE**

**TIRONEROS**

**EXPRESIÓN 11**

**EXPRESIÓN 12**

**VOLVER**

RECIBO DE PAGO

Comparte

Mapa Web

Créditos

Contacto

HOME

SONIDO. DT

RUEDAS DE LA NOCHE

# PASAJEROS INOLVIDABLES



por **NOVATO SORPRENDIDO**

Ayer, en mi primer día como taxista, dos lesbianas entraron en mi coche y una de ellas se puso (creo) a tirarme los tejos. Al final las dejé en su casa, pero como sea así todos los días será una profesión divertida.



por **NOVATO SORPRENDIDO**

Ayer, en mi primer día como taxista, dos lesbianas entraron en mi coche y una de ellas se puso (creo) a tirarme los tejos. Al final las dejé en su casa, pero como sea así todos los días será una profesión divertida.



por **NOVATO SORPRENDIDO**

Ayer, en mi primer día como taxista, dos lesbianas entraron en mi coche y una de ellas se puso (creo) a tirarme los tejos. Al final las dejé en su casa, pero como sea así todos los días será una profesión divertida.



por **NOVATO SORPRENDIDO**

Ayer, en mi primer día como taxista, dos lesbianas entraron en mi coche y una de ellas se puso (creo) a tirarme los tejos. Al final las dejé en su casa, pero como sea así todos los días será una profesión divertida.



por **NOVATO SORPRENDIDO**

Ayer, en mi primer día como taxista, dos lesbianas entraron en mi coche y una de ellas se puso (creo) a tirarme los tejos. Al final las dejé en su casa, pero como sea así todos los días será una profesión divertida.



por **NOVATO SORPRENDIDO**

Ayer, en mi primer día como taxista, dos lesbianas entraron en mi coche y una de ellas se puso (creo) a tirarme los tejos. Al final las dejé en su casa, pero como sea así todos los días será una profesión divertida.

**VOLVER**

RECIBO DE PAGO

Comparte

Mapa Web

Créditos

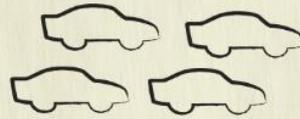
Contacto

HOME

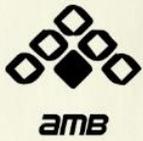
SONIDO ON

RUEDAS DE LA NOCHE

# CÓMO SE ORGANIZAN



Administración y sindicatos



Emisoras



**VOLVER**

RECIBO DE PAGO

Comparte | Mapa Web | Créditos | Contacto | HOME

SONIDO ON

RUEDAS DE LA NOCHE

# NUEVAS TECNOLOGÍAS



Foro de discusiones



Apps en el Mercado



Nuevas del taxi

Comparte | Mapa Web | Créditos | Contacto | HOME

sonido on

RUEDAS DE LA NOCHE

## APPS EN EL MERCADO



Amigos del Taxi



Enemigas del Taxi

[VOLVER](#)

[Comparte](#) | 
 [Mapa Web](#) | 
 [Créditos](#) | 
 [Contacto](#) | 
 [HOME](#)

sonido on

RUEDAS DE LA NOCHE

[VOLVER](#)

## FORO DE DISCUSIONES

[NUEVA DISCUSIÓN](#)

tema	mensaje	RESPUESTAS	tema	mensaje	RESPUESTAS
	<b>CARLOS dice:</b> Buenas tardes, las licencias de taxi de Barcelona han subido de precio ultimamente? <i>Finanzas</i> 6 de mayo de 2015	35		<b>CARLOS dice:</b> Buenas tardes, las licencias de taxi de Barcelona han subido de precio ultimamente? <i>Finanzas</i> 6 de mayo de 2015	35
	<b>PABU dice:</b> Hola, alguien me podría decir cuando son los próximos exámenes para sacarse la credencial de taxista? <i>TRÁMITES</i> 25 de abril de 2015	5		<b>PABU dice:</b> Hola, alguien me podría decir cuando son los próximos exámenes para sacarse la credencial de taxista? <i>TRÁMITES</i> 25 de abril de 2015	5
	<b>CARLOS dice:</b> Buenas tardes, las licencias de taxi de Barcelona han subido de precio ultimamente? <i>Finanzas</i> 6 de mayo de 2015	35		<b>CARLOS dice:</b> Buenas tardes, las licencias de taxi de Barcelona han subido de precio ultimamente? <i>Finanzas</i> 6 de mayo de 2015	35
	<b>PABU dice:</b> Hola, alguien me podría decir cuando son los próximos exámenes para sacarse la credencial de taxista? <i>TRÁMITES</i> 25 de abril de 2015	5		<b>PABU dice:</b> Hola, alguien me podría decir cuando son los próximos exámenes para sacarse la credencial de taxista? <i>TRÁMITES</i> 25 de abril de 2015	5
	<b>PABU dice:</b> Hola, alguien me podría decir cuando son los próximos exámenes para sacarse la credencial de taxista? <i>TRÁMITES</i> 25 de abril de 2015	5		<b>PABU dice:</b> Hola, alguien me podría decir cuando son los próximos exámenes para sacarse la credencial de taxista? <i>TRÁMITES</i> 25 de abril de 2015	5

[Comparte](#) | 
 [Mapa Web](#) | 
 [Créditos](#) | 
 [Contacto](#) | 
 [HOME](#)

scribido: 07

RUEDAS DE LA NOCHE

# NUEVAS DEL TAXI

## EL JUICIO CONTRA UBER, VISTO PARA SENTENCIA

LA GACETA DEL TAXI - 29/05/15  
Hoy se ha celebrado en Barcelona el primer juicio contra Uber por competencia desleal.



## EL SEAT LEÓN FAMILIAR S'INCORPORA AL PARC DE TAXIS DE L'AMB

IMET - 29/05/15  
L'IMET ha autoritzat el 6 de maig el vehicle Seat León Familiar per al servei de taxi. S'ha incorporat el model de 110 CV, motor dièsel i carvi manual.



## LA JUSTICIA ORDENA EL BLOQUEO DE LA APLICACIÓN DE UBER EN ITALIA

El País - 29/05/15  
Un tribunal de Milán admite el recurso de varias asociaciones de taxistas



## INTERVENCIÓ DELS MEMBRES DE L'STAC AL PROGRAMA TAXI FM AMB XAVI COLLADO

STAC - 20/05/15  
Un tribunal de Milán admite el recurso de varias asociaciones de taxistas



IR AL FORO

## FORO DE DISCUSIONES



**CARLOS dice:**  
Buenas tardes, las licencias de taxi de Barcelona han subido de precio ultimamente?  
6 de mayo de 2015



**PBU dice:**  
Hola, alguien me podría decir cuando son los próximos exámenes para sacarse la credencial de taxista?  
25 de abril de 2015



**PBU dice:**  
Hola, alguien me podría decir cuando son los próximos exámenes para sacarse la credencial de taxista?  
25 de abril de 2015

VOLVER

Comparte | Mapa Web | Créditos | Contacto | HOME

scribido: 07

RUEDAS DE LA NOCHE

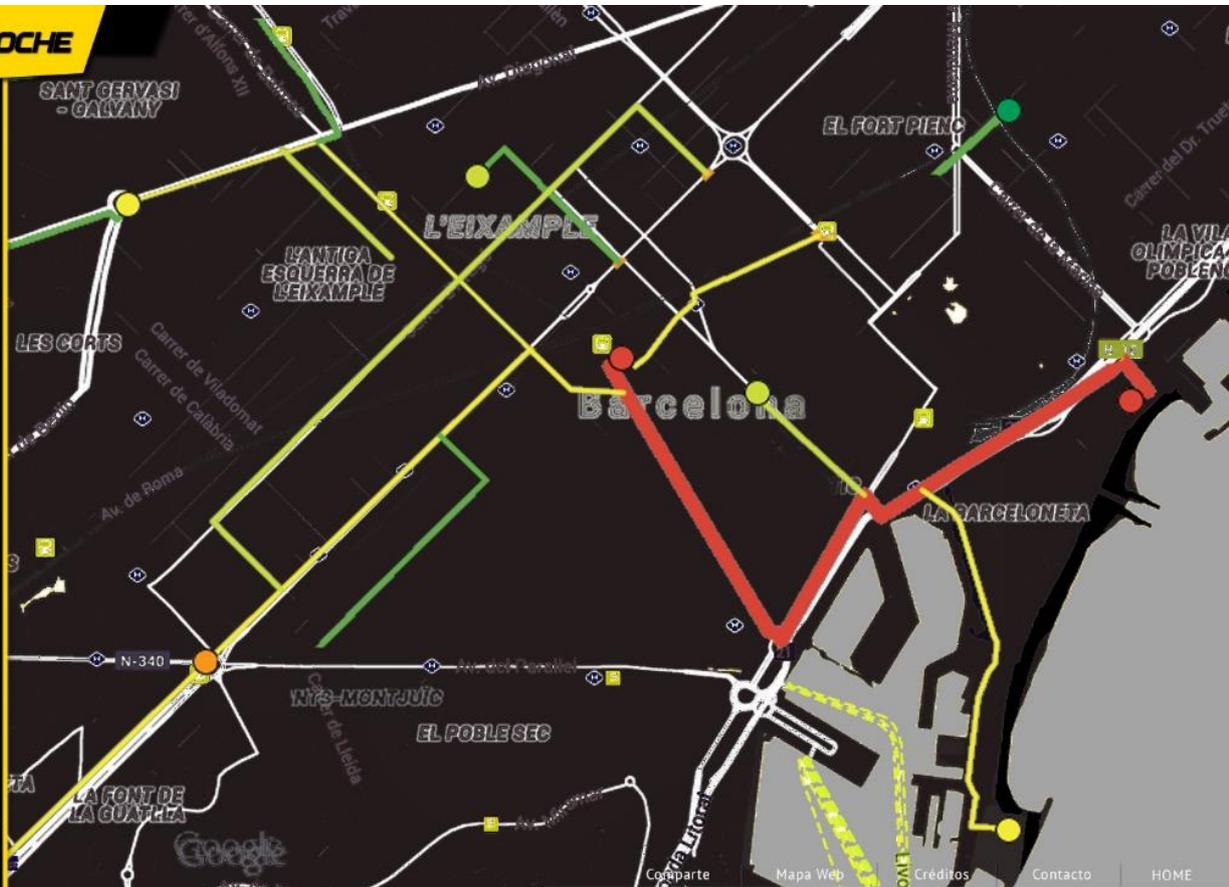
## POR DÓNDE IR

### PARADAS

- +3 horas de espera
- +2 horas de espera
- +1 hora de espera
- +30 min de espera

### vías

- Vías con mucho tráfico
- Vías con tráfico
- Vías con poco tráfico
- Vías casi sin tráfico



Comparte | Mapa Web | Créditos | Contacto | HOME

## Primeros esbozos del proyecto:

### EL EXPERTO

Hay un código ético para los taxistas?  
Los taxis de Barcelona son suficientes para cubrir la demanda de la ciudad?  
¿Qué diferencias hay entre el turno de noche y el turno de la mañana?  
¿Qué peligro suponen aplicaciones como Uber al mercado de los taxis?

Volver



# RUEDAS DE LA NOCHE

EL MUNDO DE LOS TAXIS NOCTURNOS EN BARCELONA

10%



MARC

ANTONIO

CARLOS

ELIGE UNA HISTORIA.

# RUEDAS DE LA NOCHE

10%

EL MUNDO DE LOS TAXIS NOCTURNOS EN BARCELONA



## EL MERCADO

Funcionamiento del mercado  
Desglose del precio

## PREGUNTA AL EXPERTO

El mercado en cifras

?????

Volver

## Propuesta propia de Guion Interactivo

Lectura del esquema de interactividad

El esquema de interactividad se organiza mediante las siguientes columnas:

Pantalla	Ítem	Rollover	Clic
Home	Volante (VOL)	[Tic] <Fundido entrada> TextoVOL	Link: "Vida al Volante"
			<Fundido salida> Volante
	Móvil (MOV)	[Tic] <Fundido entrada> TextoMOV	Link: "Nuevas Tecnologías"
			<Fundido salida> Nuevas Tecnologías

Ejemplo de pantalla: Home

En una **pantalla** se verán dos tipos de elementos: los **ítems**, que tienen interacciones, y los **elementos estáticos**, que no tienen interacción.

Ejemplo de ítem: Volante

Un ítem es un elemento interactivo, por lo tanto desencadena una acción mediante la interacción con el **ratón**. Los elementos estáticos son activados o desactivados por los ítems.

El **ratón** puede llevar a cabo dos acciones: el *rollover* (pasar el ratón por encima de un elemento) y el clic.

Ambas acciones pueden generar una reacción, que puede ser la aparición de un elemento estático (Ejemplo: TextoTTX), que no entrará en el grupo de los ítems, o un nuevo ítem, que tendrá sus propias interacciones y aparecerá más abajo en la tabla.

En el guion, los elementos estáticos llevan la referencia del ítem que actúa sobre ellos. Volante (VOL) > TextoVOL. En el caso de nuestra pantalla, TextoVOL es "Vida al Volante".

Por último, las interacciones pueden comportar [*Efectos sonoros*], como puede ser el "tic" [tic], o <Efectos visuales>, como puede ser un fundido de entrada (aparecer suavemente): <fundido de entrada>, y llevarnos a otra página (Link:"ejemplo.com").



En la subsección home, el ítem VOLANTE (referencia VOL) tiene una interacción *Rollover* que genera el elemento estático *TextoVOL* y un link a Vida al Volante

## ***CESIÓN DE DERECHOS DE IMAGEN***

Yo, \_\_\_\_\_ identificado con cédula de ciudadanía # \_\_\_\_\_ de \_\_\_\_\_, en mi condición de entrevistado, autorizo a **Gabriel Pepe Martínez** dentro del proyecto webdocumental de \_\_\_\_\_ (nombre de la empresa), denominado **Ruedas de la Noche**, y cuyo título del capítulo es: Vida al Volante/Cifras y Trámites **para que incluya en cualquier soporte audiovisual para efectos de reproducción y comunicación pública, la entrevista realizada en la mencionada producción**, así como para utilizar mi imagen en el proyecto para los fines y dentro de los propósitos establecidos por \_\_\_\_\_ (nombre de la empresa). Esta autorización de utilización del contenido de la entrevista y de mi imagen se hace sin perjuicio del respeto al derecho moral de paternidad e integridad establecido en la legislación autoral.

Por virtud de este documento el suscrito entrevistado declara que es propietario integral de los derechos sobre el contenido de la entrevista y en consecuencia garantiza que puede otorgar la presente autorización sin limitación alguna. En todo caso responderá por cualquier reclamo que en materia de derecho de autor se pueda presentar, exonerando de cualquier responsabilidad a \_\_\_\_\_ (nombre de la empresa).

La autorización que aquí se concede sobre este material, es exclusiva para el capítulo en mención, el cual tendrá un uso de carácter cultural y será difundido por /en \_\_\_\_\_ (medio de difusión) y con fines comerciales por los sistemas de televisión abierta o cerrada en el territorio nacional o en el exterior, si así se requiriese.

Cordialmente,

\_\_\_\_\_

## BIBLIOGRAFÍA

- ABC. (2008). *The Wrong Crowd - an interactive documentary by ABC*. Obtenido de <http://www.abc.net.au/wrongcrowd/>
- Airmedia. (2010). *Mapping Main Street >> a collaborative webdocumentary project*. Obtenido de Mapping Main Street: <http://www.mappingmainstreet.org/>
- Alonso, C. L. (2000). *La medición de audiencias en Europa*. AIMC.
- Altman, R. (1999). *Los géneros cinematográficos*. Paidós Ibérica.
- ARTE. (2009). *Gaza/Sderot - Life in spite of everything*. Obtenido de ARTE: <http://gaza-sderot.arte.tv/>
- ARTE. (2011). *Prision Valley - a webdocumentary exploring the prison industry*. Obtenido de ARTE: <http://prisonvalley.arte.tv/en/>
- Asco de Vida. (23 de abril de 2009). *¡Asco de Vida! aunque podría ser peor*. Obtenido de ¡Asco de Vida!: <http://www.ascodevida.com/>
- Balagueró, J. (Dirección). (2007). *REC* [Película].
- Bcn.cat. (s.f.). *La Historia del Taxi - Bcn.cat*. Obtenido de Bcn.cat.
- Centre Pompidou. (21 de Marzo de 2002). *L'évènement Les ciném@s de demain: Le web documentaire - Centre Pompidou*. Obtenido de Centre Pompidou: <http://www.centrepompidou.fr/cpv/resource/cibK7r/rAd9B4>
- Documentary Network. (2011). *Documentary and new digital Platforms: an Ecosystem in transition*. Montréal.
- El País. (19 de Noviembre de 2014). *EL PAÍS, líder de audiencia en España | Actualidad*. Obtenido de EL PAÍS: el periódico global: [http://elpais.com/elpais/2014/11/19/actualidad/1416419277\\_702766.html](http://elpais.com/elpais/2014/11/19/actualidad/1416419277_702766.html)
- Factory, R. (s.f.). *Goodbye World*.
- FedeTaxi. (2012). *Federación Española del Taxi*. Obtenido de Federación Española del Taxi: <http://www.fedetaxi.com/>
- FormulaTV. (2 de Mayo de 2015). *Sálvame deluxe' (17,5%) a la baja, sin Belén Esteban, lidera contra un José Mota (12,2%) que resiste - FormulaTV*. Obtenido de FormulaTV.com: <http://www.formulatv.com/noticias/45904/audiencias-1-mayo-salvame-deluxe-lidera-jose-mota-bajo-minimos/>
- France Bleu. (2013). *Le Mystère de Grimouville*. Obtenido de Le Mystère de Grimouville: <http://grimouville.francebleu.fr/#/>

- Galloway, D., & McAlpine, K. y. (2007). From Michael Moore to JFK Reloaded: Towards a working model of interactive documentary. *Journal of Media Practice*, Volume 8, Number 3.
- Gaudenzi, S. y. (2012). Interactive Documentary: setting the field. *Studies in Documentary Film*, Volume 6, Issue 2.
- Gaudreault, A., & Marion, P. (December 2002). The Cinema as a Modelo of Genealogy of Media. *Convergence: The International Journal of Research into New Media Technologies*, 8: 12-18.
- Gifreu, A. (2013). *El Documental Interactivo: Evolución, Caracterización y Perspectivas de Desarrollo*. Editorial UOC.
- Gifreu, A. (10 de Febrero de 2014). *La familia del documental interactivo*. Obtenido de RTVE.es: <http://blog.rtve.es/webdocs/2014/02/-la-familia-del-documental-interactivo.html>
- Honkytonk Films. (2008). *Honkytonk Films - Journey to the End of Coal*. Obtenido de Honkytonk Films: <http://www.honkytonk.fr/index.php/webdoc/>
- IMET. (5 de Mayo de 2015). *Dades del Sector - Taxi*. Obtenido de <http://taxi.amb.cat/s/imet/dades-del-sector.html>
- IMTB. (2 de Abril de 2015). *Historia del Taxi - Barcelona*. Obtenido de IMTB - Informació Corporativa: <http://www.bcn.cat/taxi/infocast/>
- INE. (2008). *Panorámica del Transporte*. Madrid: Instituto Nacional de Estadística.
- INE. (2012). *Turismos de servicio público por comunidades, ciudades autónomas y provincias, ámbito territorial, disponibilidad de taxímetro y periodo*. Instituto Nacional de Estadística.
- Infotaxi.net. (Octubre de 2001). *Quién soy*. Obtenido de Infotaxi.net: <http://www.infotaxi.net/quienes-somos/>
- Jenkins, H. ( 2010). Transmedia Storytelling and Entertainment: An annotated syllabus. *Continuum: Journal of Media & Cultural Studies*, Volume 24, Issue 6, 943-958.
- La Vanguardia. (8 de Mayo de 2015). 'Refugiados' lidera en su estreno multi-canal y 'Supervivientes' sube. Barcelona, Barcelona, España.
- Lab RTVE. (2011). *MonteLab - Ventajas e Inconvenientes de comprar un piso en 2007*. Obtenido de Lab RTVE: <http://lab.rtve.es/montelab/>
- Lab RTVE. (2013). *Plató de Masterchef - Lab RTVE*. Obtenido de Lab RTVE: <http://lab.rtve.es/masterchef/plato/>
- Lewis, C. (1982). *Using the "Thinking Aloud" Method in Cognitive Interface Design*.
- Linington, J. (7 de Abril de 2015). *About - I-Docs: a site dedicated to interactive documentary*. Obtenido de I-Docs: <http://i-docs.org/about-idocs/>

- Mann, M. (Dirección). (2004). *Collateral* [Película].
- Mollick, E. (2014). The dynamics of crowdfunding: An exploratory study. *Journal of Business Venturing*, Volume 29, Issue 1, 1–16.
- Motor a Fondo. (22 de Septiembre de 2013). *Logos, Sedes y año de fundación de fabricantes de coches*. Obtenido de Motor a Fondo: <http://www.motorafondo.net/logos-ano-fundacion-sedes-principales-fabricantes-coches/>
- Nash, K. (2012). Modes of interactivity – Analysing the Webdoc. *Media, Culture and Society*, 34(2) 195 – 210 .
- NFB. (2009). *NFB/Interactive - Waterlife*. Obtenido de NFB: <http://waterlife.nfb.ca/#/>
- NFB. (Mayo de 2011). *NFB - Welcome to Pine Point*. Obtenido de National Film Board of Canada: <http://pinpoint.nfb.ca/#/pinpoint>
- NFB. (2011). *NFB/Interactive - Out My Window*. Obtenido de NFB: <http://outmywindow.nfb.ca/#/outmywindow>
- Nielsen, J. (1998). Introduction to Web Design. *CHI 98'* (págs. 107-108). Chicago.
- Ràmia, E. (25 de Abril de 2015). Entrevista al Experto. (G. Pepe, Entrevistador)
- Ritchie, G. (Dirección). (2005). *Revolver* [Película].
- Rockstar Games. (2011). *L.A. Noir*.
- Rodríguez, D. (13 de Enero de 2011). *De Asco de Vida a Visto en Facebook: el imperio español del humor*. Obtenido de De Asco de Vida a Visto en Facebook: el imperio español del humor >> Trending Topics >> Blogs EL PAÍS: <http://blogs.elpais.com/trending-topics/2011/01/asco-de-vida-visto-en-facebook-imperio-espanol-humor.html>
- RT. (29 de Marzo de 2014). *Los cinco negocios millonarios más descabellados*. Obtenido de RT en Español: <http://actualidad.rt.com/economia/view/123686-cinco-negocios-millonarios-descabellados>
- Ryan, M.-L. (2001). *Narrative as Virtual Reality: Immersion and Interactivity in Literature and Electronic Media*. Johns Hopkins University Press.
- Sánchez, C. C., & Otero, M. T. (2012). Nuevas Narrativas Audiovisuales: Multiplataforma, Crossmedia y Transmedia: El caso de Águila Roja (RTVE). *ICONO14*, Vol.10, No.2, pp. 102-125.
- Scolari, C. A. (23 de Noviembre de 2012). El Periodismo siempre fue transmedia. (P. y. yerbas, Entrevistador)
- Scolari, C. A. (2013). Lostology: Transmedia storytelling and expansion/compression strategie. *De Gruyter Mouton*, 45-68.

Scolari, C. A., Jiménez, M., & Guerrero, M. (2012). Narrativas transmediáticas en España: cuatro ficciones en busca de un destino cross-media. *Comunicación y Sociedad*, 137-163.

*Ship Your Enemies Glitter - A Fun Prank for Friends and Enemies*. (2015). Obtenido de Ship Your Enemies Glitter: <https://shipyourenemiesglitter.com/>

Ship Your Enemies Glitter. (2015). *Ship your enemies glitter*. Obtenido de Ship your enemies glitter - A Fun Prank for Friends and Enemies: <https://shipyourenemiesglitter.com/>

STAC. (2008). *www.stac.cat*. Obtenido de STAC: <http://www.stac.cat/>

The FWA. (7 de Agosto de 2011). *The FWA - The Story behind... Nfb and Welcome to Pine Point*. Obtenido de The Favorite Website Awards: <http://www.thefwa.com/article/the-story-behind-nfb-and-welcome-to-pinepoint>

Turisme de Barcelona. (2013). *Estadísticas de turismo*. Barcelona.

UNALT. (s.f.). *UNALT*. Obtenido de UNALT: <http://www.unalt.es/>

Whitelaw, M. (19 de Septiembre de 2002). Playing Games with Reality: Only Fish Shall Visit and Interactive Documentary. *Catalog essay for Only fish Shall Visit*. Artspace, Sydney, Australia.

ZoomNews.es. (3 de Abril de 2013). *Las grandes empresas preparan su transición a un modelo de pago en Internet*. Obtenido de ZoomNews.es: <http://www.zoomnews.es/38437/actualidad/sociedad/las-grandes-cabeceras-preparan-su-transicion-modelo-pago>