



Guía docente

804259 - PTRANS - Producción Transmedia

Última modificación: 22/06/2023

Unidad responsable: Centro de la Imagen y la Tecnología Multimedia
Unidad que imparte: 804 - CITM - Centro de la Imagen y la Tecnología Multimedia.

Titulación: **Curso:** 2023 **Créditos ECTS:** 6.0
Idiomas: Catalán, Castellano

PROFESORADO

Profesorado responsable: Pueyo Sobrevia, David

Otros: Delgado García, Abel

COMPETENCIAS DE LA TITULACIÓN A LAS QUE CONTRIBUYE LA ASIGNATURA

Específicas:

CEVJ 5. Utilizar lenguajes de programación, patrones algorítmicos, estructuras de datos, herramientas visuales de programación, motores de juego y librerías para el desarrollo y prototipado de videojuegos, de cualquier género y para cualquier plataforma y dispositivo móvil.

Transversales:

CT4. USO SOLVENTE DE LOS RECURSOS DE INFORMACIÓN: Gestionar la adquisición, la estructuración, el análisis y la visualización de datos e información en el ámbito de especialidad, y valorar de forma crítica los resultados de dicha gestión.

CT5. TERCERA LENGUA: Conocer una tercera lengua, preferentemente el inglés, con un nivel adecuado oral y escrito y en consonancia con las necesidades que tendrán los titulados y tituladas.

CT3. TRABAJO EN EQUIPO: Ser capaz de trabajar como miembro de un equipo interdisciplinar, ya sea como un miembro más o realizando tareas de dirección, con la finalidad de contribuir a desarrollar proyectos con pragmatismo y sentido de la responsabilidad, asumiendo compromisos teniendo en cuenta los recursos disponibles.

04 COE. COMUNICACIÓN EFICAZ ORAL Y ESCRITA: Comunicarse de forma oral y escrita con otras personas sobre los resultados del aprendizaje, de la elaboración del pensamiento y de la toma de decisiones; participar en debates sobre temas de la propia especialidad.

METODOLOGÍAS DOCENTES

Las sesiones de clase se dividen, en general, en tres franjas de actividad:

1. Resolución de dudas de las sesiones anteriores o ejercicios propuestos
2. Parte descriptiva donde los profesores hacen una presentación de nuevos contenidos (50%)
3. Parte participativa donde se desarrollan prácticas, actividades o debates alrededor a la temática concreta

OBJETIVOS DE APRENDIZAJE DE LA ASIGNATURA

- Ser capaz de desarrollar una aplicación gráfica interactiva en tiempo real para cualquier medio, plataforma y dispositivo



HORAS TOTALES DE DEDICACIÓN DEL ESTUDIANTADO

Tipo	Horas	Porcentaje
Horas actividades dirigidas	12,0	8.00
Horas aprendizaje autónomo	90,0	60.00
Horas grupo grande	18,0	12.00
Horas grupo mediano	30,0	20.00

Dedicación total: 150 h

CONTENIDOS

1. Introducción al mundo Transmedia

Descripción:

- 1.1 Orígenes del concepto y visión Transmedia
- 1.2 Del Crossmedia al Transmedia
- 1.3 Convergence Culture
- 1.4 Del Transmedia Storytelling al Transmedia Storyliving
- 1.5 Creación de narrativas Transmedia
- 1.6 Elementos potencialmente Transmedia de un proyecto audiovisual / videojuego (música, lore, cinemática, gameplay, trailer, making of, huevos de pascua...)

Actividades vinculadas:

Ejercicio E1- Individual
Presentar ejemplo propio y justificación de la elección de un elemento transmedia de una producción relevante para el alumno.

Dedicación: 20h

Grupo mediano/Prácticas: 6h
Aprendizaje autónomo: 14h

2. Desarrollo de proyectos Transmedia

Descripción:

- 2.1 Transmedia Toolkit
- 2.2 Start with why / Propósito de todo proyecto
- 2.3 Think big, start small, scale fast
- 2.4 Ecosistemas y mundos Transmèdia y la definición de los principios inmutables
- 2.5 La Biblia Transmedia
- 2.6 Modelos ICP / Lean / Canvas / Análisis Mercado / identificación competencia
- 2.7 Definición de objetivos, métricas y kpis
- 2.8 Proceso de desarrollo de proyectos Transmèdia
- 2.9 Producir pensando en multiplataforma
- 2.10 Un mundo líquido y beta, la importancia del test&learn
- 2.11 Organización de equipos, circuitos, producción y procesos de trabajo

Actividades vinculadas:

Práctica evaluable en grupo P1
Práctica relacionada con el desarrollo de un brainstorming narrativo

Dedicación: 40h

Grupo mediano/Prácticas: 12h
Aprendizaje autónomo: 28h



3. Marcas Transmedia

Descripción:

- 3.1 Construcción de marcas con significado / Meaningful Brands
- 3.2 Branded Content
- 3.3 Advergaming
- 3.4 Pitch Elevator

Actividades vinculadas:

- Práctica evaluable P2 en grupo
- Pitch Simulator en base a un caso real

Dedicación: 26h

- Grupo mediano/Prácticas: 10h
- Aprendizaje autónomo: 16h

4. Identificación y creación de audiencias

Descripción:

- 4.1 Comprensión y tendencias de comportamiento de las audiencias
- 4.2 Sociedad y cultura digital. Hábitos de consumo en un contexto multitasking - 24/7
- 4.3 La guerra por la atención
- 4.4 Concepto de Addressability
- 4.5 Consumer Journey & Content Journey
- 4.6 Herramientas para identificar y entender a nuestros públicos
- 4.7 Real time Mk y plan z (cuando falla todo, qué hacer?)
- 4.8 Fandoms
- 4.9 User Generated Content
- 4.10 Gamificación

Actividades vinculadas:

- * Práctica evaluable 3 P3 Consumer Journey en grupo: Análisis de un journey de la audiencia de un proyecto
- * Práctica evaluable 4 P4 Práctica Rebrief en grupo: Expansión y amplificación transmedia de un case study antiguo con potencial

Dedicación: 12h

- Grupo mediano/Prácticas: 6h
- Aprendizaje autónomo: 6h

5. Los big 4: Tecnología / Puntos de Contacto / Contenido y Fecha

Descripción:

- 5.1 Tecnología al servicio de las ideas: Hype Cycle / Beacons ? geofencing y herramientas de proximidad, rfid, wifi, nfc..) / Realidad Virtual, aumentada y mixed / Inteligencia artificial + Chatbots / IOT + internet of everything / Wearables
- 5.2 Puntos de Contacto y medios: La importancia de la distribución y circulación del contenido / Herramientas para desarrollar una campaña de comunicación y captación / estrategias push&pull / Shared, owned, earned & paid media / Plataformas, redes de distribución y formatos / Medios y plataformas sociales / Second Screen y Social Tv / Mobile gaming
- 5.3 Contenidos: Meaningful content Manifesto / Producción de contenido / Contenidos Streaming y on-demand
- 5.4 Fecha: Herramientas y medición / uso del big data y el smart data / sensible datab/ human data / data driven contenido powered.

Actividades vinculadas:

- Ejercicio 2 en grupo
- Desarrollo plan de medios y puntos de contacto de un proyecto

Dedicación: 40h

- Grupo mediano/Prácticas: 20h
- Aprendizaje autónomo: 20h



6. Transmedia business

Descripción:

6.1 Transmedia Storyselling: Contenidos transmedia que generan ingresos y ventas complementarias
6.2 Transmedia Storyliving: Experiencias aumentadas e interactivas

Actividades vinculadas:

Ejercicio E3 individual
Proponer una experiencia aumentada / transmedia living sobre un caso de éxito real

Dedicación: 12h

Grupo mediano/Prácticas: 6h
Aprendizaje autónomo: 6h

ACTIVIDADES

Práctica P1

Descripción:

Práctica relacionada con el desarrollo de un brainstorming narrativo

Dedicación: 10h

Aprendizaje autónomo: 10h

Práctica P2

Descripción:

Pitch Simulator en base a un caso real

Dedicación: 6h

Aprendizaje autónomo: 6h

Práctica P3

Descripción:

Consumer Journey en grupo: Análisis de un journey de la audiencia de un proyecto

Dedicación: 3h

Aprendizaje autónomo: 3h

Práctica P4

Descripción:

Rebrief en grupo: Expansión y amplificación transmedia de un case study antiguo con potencial

Dedicación: 3h

Aprendizaje autónomo: 3h

SISTEMA DE CALIFICACIÓN

20% Valoración 4 prácticas evaluables que se desarrollarán presencialmente en clase (5% cada una)

20% Examen tipo test / parcial

20% Presentación parcial, proyecto final asignatura

30% Presentación final proyecto (exposición + documentación trabajo)

10% Participación en clase y actitud de aprendizaje durante las actividades al aula

La evaluación de la participación del alumno/a en las actividades formativas de la materia, y la actitud de aprendizaje, se evaluará mediante un seguimiento de sus intervenciones en clase y de la proporción de ejercicios y prácticas presentados. Esta evaluación corresponde al 10% de la nota final.

NORMAS PARA LA REALIZACIÓN DE LAS PRUEBAS.

Prácticas:

Los ejercicios de prácticas se inician durante el horario de clase en la franja destinada y según la práctica se finalizarán durante la sesión o se planteará una fecha de entrega, entregándose al profesor en el campus virtual. La evaluación de las prácticas no comporta sólo la resolución de los ejercicios propuestos, sino también la defensa que se haga de los resultados cuando el grupo de alumnos lo presente. También se considerarán justificadas las causas de no presentación de ejercicios que sean comunicadas al profesorado por la Cabeza de Estudios.

Examen:

El examen parcial se realizará al laboratorio con ordenadores mediante documento electrónico que el /la alumno tiene que completar. Las preguntas y problemas propuestos en los exámenes hacen referencia tanto al contenido teórico de la asignatura como a los ejercicios resueltos en las diferentes prácticas. Al margen de cada pregunta o problema consta la contribución en puntos a la nota total del examen. Las revisiones y/o reclamaciones respecto de los exámenes se realizarán exclusivamente en las fechas y horarios establecidos en el Calendario Académico.

Trabajo práctico final (presentación parcial y final de proyecto)

Los estudiantes tendrán que dedicar tiempos de trabajo autónomo (fuera de horario) para realizar el trabajo práctico final de la asignatura. Para hacerlo se tendrán que seguir las indicaciones dadas en el documento de trabajo. El ejercicio una vez finalizado se presentará en clase en las sesiones previstas y se tendrá que depositar el trabajo en el campus virtual en la entrega del aula 48h antes de la presentación presencial.

La evaluación de los ejercicios no implica sólo la resolución del mismo, también implica la defensa que se hace de los resultados y la realización de documentos relevantes. Cualquier incidencia que no permita resolver el ejercicio en el plazo indicado tendrán que ser comunicadas previamente a la / Profesor / a. Con posterioridad a esta comunicación y en función de las causas que motivan la no presentación del ejercicio si están justificadas se encontrarán alternativas para completar la evaluación. También se considerarán justificadas las causas de la no-presentación de los ejercicios comunicadas por la gestión de estudios.

BIBLIOGRAFÍA

Básica:

- Evans, Elizabeth. Transmedia television: audiences, new media and daily life. New York: Routledge, 2011. ISBN 9780415882927.
- Jenkins, Henry; Ford, Sam. Cultura transmedia. Gedisa, 2015. ISBN 9788497848442.
- Scolari, Carlos Alberto. Narrativas transmedia: cuando todos los medios cuentan. Barcelona: Deusto, cop. 2013. ISBN 9788423413362.

Complementaria:

- Cline, Ernest; Estrella, Juanjo. Ready player one. Barcelona: Ediciones B, Grupo Zeta, 2011. ISBN 9788466649179.
- Dorst, Doug, J.J.; Abrams, S. Ship of theseus. Mulholland Books, 2013. ISBN 0316201642.
- Jenkins, Henry. Convergence culture: la cultura de la convergencia de los medios de comunicación. Barcelona [etc.]: Paidós, cop. 2008. ISBN 9788449321535.
- Duarte, Nancy. Resonancia. Gestión 2000, 2012. ISBN 9788498752007.
- Jenkins, Henry; Hermida Lazcano, Pablo. Fans, blogueros y videojuegos: la cultura de la colaboración. Barcelona [etc.]: Paidós, 2009. ISBN 9788449322587.
- Phillips, Andrea. A creator's guide to transmedia storytelling. McGraw-Hill, 2012. ISBN 9780071791526.
- Catmull, Ed. Creatividad, S.A.. Conecta, 2014. ISBN 9788493914523.



RECURSOS

Material audiovisual:

- https://www.ted.com/talks/kevin_kelly_how_ai_can_bring_on_a_second_industrial_revolution. Kevin, Kelley. How ai can bring on a second industrial revolution
- https://www.ted.com/talks/seth_godin_on_the_tribes_we_lead. Godin Seth, The tribus we lead
- https://www.youtube.com/watch?v=AqQIe-4UvRA&index=17&list=PLlLqf9UYQz_vSta8AMj2B28RUGYO_O28g. Extra life (serie documental)
- https://www.ted.com/talks/j_j_abrams_mystery_box?language=es. Mystery box J.J.Abrams
- <https://www.youtube.com/watch?v=y71u6ecF4cI>. Penn, Zak. Atari Game-over (Documental). 2014
- https://www.ted.com/talks/jane_mcgonigal_gaming_can_make_a_better_world. Mgonigal Jane. Gaming can make a better world

Enlace web:

- https://www.kickstarter.com/projects/unmemory/unmemory-a-text-based-game-an-interactive-escape-b?ref=user_menu. Unmemory Project
- <http://arenainsxsw.com/>. Arena in SXSW / Stolen Manifesto
- <http://www.digitalbuzzblog.com/>. Digital Buzz Blog
- <http://arenatechandtrends.es/>. Arena tech and trends
- <https://www.slideshare.net/eduardoprados/cmo-escribir-una-biblia-transmedia?ref=https://eduardoprados.com/2012/12/30/como-escribir-una-biblia-transmedia/>. Recurso
- <https://www.thinkwithgoogle.com/tools/>. Think with Google Tools
- <http://trendwatching.com/freepublications/>. Trendwathing
- <http://www.meaningful-brands.com/en>. Havas Meaningful Brands
- <http://es.slideshare.net/Altimeter/the-converged-media-imperative>. Altimeter. The converged Media Imperative, 2012
- https://us.mullenlowe.com/wp-content/uploads/2009/06/Mullen_Marketing_Ecosystem.pdf. The new Marketing ecosystem
- <http://www.transmedia-manifest.com/>. The Future Of Storytelling. The transmetia Manifest
- <http://innovacionaudiovisual.com/>. Innovación Audiovisual
- <http://thetartle.tumblr.com/>. Tartle
- <https://www.consumerbarometer.com/en/>. Google Consumer Barometer
- https://www.slideshare.net/arena_es/arena-play-gaming-como-forma-de-vida. Arena Media. Gaming como estilo de vida