

GRAU EN MITJANS AUDIOVISUALS

104815 - ENTORNS TRANSMÈDIA: MITJANS, MULTIPLATAFORMA I TRANSMEDIALITAT

Informació general

- Tipus d'assignatura : Optativa
- Coordinador : Rafael Suárez Gómez
- Curs: Quart
- Trimestre: Segon
- Crèdits: 6
- Professorat:
 - Aina Fernández Aragonés <afernandez@tecnocampus.cat>

Idiomes d'impartició

- Català

L'idioma d'impartició és el català; no obstant, els materials que s'utilitzen a classe poden utilitzar també el castellà o l'anglès, entenent que l'estudiant domina qualsevol d'aquestes dues llengües.

Competències que es treballen

Específica

- E10_Aplicar processos, mètodes i tècniques per a desenvolupar la creativitat i la innovació en la realització audiovisual, en el desenvolupament multimèdia i en la programació de videojocs
- E14_Adquirir els coneixements de la història, estètica, evolució i dinàmica del cine, televisió, ràdio, premsa, Internet i videojocs, així com reconèixer l'estètica a través del visionat i l'anàlisi
- E15_Dimensionar i gestionar recursos humans, tècnics i econòmics necessaris pel desenvolupament d'un projecte audiovisual o multimèdia optimitzant temps, costos i qualitat
- E19_Creació, administració i gestió d'empreses audiovisuals en la seva estructura industrial de producció, distribució i exhibició

Bàsiques i Generals

- G2_Que els estudiants sàpiguin aplicar els seus coneixements a la seva feina o vocació d'una forma professional i tinguin les competències que es solen demostrar per mitjà de l'elaboració i defensa d'arguments i la resolució de problemes dins de la seva àrea d'estudi
- G3_Que els estudiants tinguin la capacitat de reunir i interpretar dades rellevants (normalment dins de la seva àrea d'estudi), per emetre judicis per incloguin una reflexió sobre temes rellevants de caire social, científic o ètic
- G4_Que els estudiants puguin transmetre informació, idees, problemes i solucions a un públic tant especialitzat com no especialitzat
- G5_Que els estudiants hagin desenvolupat aquelles habilitats d'aprenentatge necessàries per emprendre estudis posteriors, amb un alt grau d'autonomia

Descripció

Aquesta assignatura és una aproximació a les noves narratives fruit del context actual digital, com les narratives interactives i transmèdia, on l'usuari/a té un rol més actiu en el procés i les històries es despleguen en entorns multiplataforma. Els objectius de l'assignatura són:

- Producció de continguts pensats per a mentalitats de 360º, multiplataforma i transmèdia
- Coneixement dels canals de distribució audiovisual
- Eines de venda i comercialització de productes audiovisuals

A partir d'exemples i exercicis que es treballaran a classe, l'assignatura facilitarà i permetrà: Iniciativa i creativitat per a pensar i desenvolupar nous projectes. Treball en equip. Continuitat i viabilitat d'un projecte. Professionalització en els circuits de difusió i distribució de projectes audiovisuals multimèdia.

Aquesta assignatura disposa de recursos metodològics i digitals per fer possible la seva continuïtat en modalitat no presencial en el cas de ser necessari per motius relacionats amb la Covid-19. D'aquesta forma s'assegurarà l'assoliment dels mateixos coneixements i competències que s'especifiquen en aquest pla docent.

Resultats d'aprenentatge

En acabar l'assignatura, l'estudiant o estudianta ha de ser capaç de:

- RA1: Estimular i descobrir aptituds per a relacionar-se amb el món professional.
- RA2: Desenvolupar la creativitat de l'estudiant.
- RA3: Adquirir capacitats bàsiques per a posicionar un producte al mercat.
- RA4: Avaluar oportunitats de negoci basant-se en la informació del mercat i les capacitats pròpies.
- RA5: Identificar els diferents tipus de comunitats digitals.
- RA6: Descriure les característiques psicològiques dels usuaris.
- RA7: Conèixer les tendències del mercat audiovisual.
- RA8: Aprofundir en el coneixement dels grans grups i empreses especialitzades en la comercialització de productes audiovisuals, multimèdia i transmèdia.
- RA9: Conèixer els circuits comercials i principals mercats de compra-venda i distribució de produccions audiovisuals.
- RA10: Conèixer i saber desenvolupar la pròpia marca i la presència a xarxes per a afavorir la difusió i el coneixement dels propis productes.

Metodologia de treball

L'assignatura s'impartirà mitjançant classes teòriques (classes magistrals amb presentacions - 4h setmanals), combinades amb sessions pràctiques (2h setmanals), estudi d'articles o casos i debats.

A cada sessió es donaran exemples actuals i vigents (que també poden ser càpsules de vídeo) que ajudaran a entendre millor els diferents conceptes teòrics, i es debatrà a classe amb tota mena de temes relacionats directament amb els conceptes teòrics.

Els esquemes de cada bloc temàtic estaran disponibles al campus virtual de l'assignatura un cop s'hagin acabat les sessions teòriques.

Continguts

BLOC 1 – ECOSISTEMA

- Introducció
- Estructura de la indústria audiovisual
 - Cinema
 - Televisió
 - Convergència digital
- El nou ecosistema mediàtic
- Indústria audiovisual i diversitat. El cas de Filmin.

BLOC 2 – NARRATIVA

- Noves narratives audiovisuals
 - Models de ficció
 - Models de no ficció
 - Models de publicitat
- Transmedia Storytelling

BLOC 3 – AUDIÈNCIA

- Objectius, target i proposta de valor. Usuaris extrems, mapa d'empatia.
- La recepció dels mitjans

- Big Data: el cas de Netflix.
- Audiències actives
- Audiència social
- Implicació de l'audiència: la gamificació.

BLOC 4 – PRODUCCIÓ i DISTRIBUCIÓ

- Distribució audiovisual
- La compra-venda de drets audiovisuals: Idees i formats.
- Eines de comercialització: dossier de producció, pitching, tràiler, teaser, speed Markets
- Estratègies de comercialització
- Bíblia transmèdia
- Drets i llicències: drets d'autor, drets de propietat, Creative Commons, Free-Royalties.
- Nous conceptes de marca. Formes de difusió en xarxa i multiplataforma.

Activitats d'aprenentatge

ACTIVITAT 1: PITCHING TRANSMÈDIA (activitat individual - presentació) (es correspon amb els següents resultats de l'aprenentatge: RA1, RA2, RA3, RA4, RA6).

A partir d'una sola idea com a imput inicial, generar més idees i desenvolupar-les en diferents suports, gèneres i mitjans per a donar-los continuïtat.

Es proporcionarà el material a classe i es facilitarà també a l'e-campus.

Presentació oral a classe. Assistència obligatòria.

En finalitzar l'activitat, l'estudiant ha de ser capaç de desenvolupar noves idees de forma ràpida i presentar-les en públic.

ACTIVITAT 2: SPEED MARKET (activitat en grup) (es correspon amb els següents resultats de l'aprenentatge: RA3, RA4, RA7, RA8, RA9).

Organització d'un mercat o fira que, de manera fictícia, servirà per a proposar la compra-venda d'idees o formats/drets audiovisuals i multiplataforma.

Es facilitaran les pautes a seguir a classe i a l'e-campus.

L'activitat es fa a classe. L'assistència és obligatòria.

ACTIVITAT 3: DOSSIER DE PRODUCCIÓ / BÍBLIA TRANSMÈDIA (activitat individual - portfoli) (es correspon amb els següents resultats de l'aprenentatge: RA1, RA2, RA3, RA4, RA5, RA6, RA7, RA8, RA9, RA10).

Realització del dossier de producció d'un projecte.

Es facilitarà l'índex i les pautes del dossier per a la seva realització (a classe i a l'e-campus).

El dossier es farà de manera autònoma, tot i que també es podrà treballar puntualment a classe, i es realitzarà de forma individual o per grups.

En finalitzar l'activitat l'estudiant o estudianta ha de ser capaç de: realitzar un dossier de producció o bíblia de venda transmèdia.

ALTRES ACTIVITATS

Treball a classe de casos pràctics. Anàlisi d'articles vinculats als temes tractats. Exemples, visionats (es correspon amb els següents resultats de l'aprenentatge: RA1, RA2, RA7).

En cas de confinament s'aplicaran els següents canvis:

-L'activitat 2 (Speed Market) serà substituïda per un taller pràctic d'exemples de compra-venda de drets.

-La resta d'activitats no es veurien afectades, ja que es poden presentar i lliurar en sistema online.

Sistema d'avaluació

Examen assignatura:

-En acabar tots els blocs de l'assignatura, hi haurà un **examen** sobre el temari, que tindrà un valor del **40%** de la nota final (Mètode d'avaluació: Examen).

Normes de realització de les activitats pràctiques:

-S'establiran les dates d'entrega/presentació de les activitats un cop hagi començat el període lectiu de l'assignatura.

-Totes les activitats es faran a classe, o bé s'entregaran de forma presencial, via e-mail o e-campus.

El valor de cada activitat és:

-Pitching transmèdia (Mètode d'avaluació: exposició): **10%**

-Speed Market (Mètode d'avaluació: treball en grup): **10%**

-Dossier de producció/ bíblia (Mètode d'avaluació: treball individual) **40%**

La suma de totes les activitats és del 60% del valor de la nota final.

Nota important:

-Si s'obté una qualificació inferior a 5 a l'examen, ja no es farà mitjana amb la resta d'exercicis, i per tant l'assignatura quedarà automàticament suspesa.

-Es tindrà molt en compte l'ortografia, redacció i expressió oral.

Recursos

Bàsics

Bibliografies

- JENKINS, H. Convergence culture. La cultura de la convergència de los medios de comunicación. Barcelona, Paidós. (2008)
- KAMIN, B. Introducción a la producción cinematográfica: Presupuesto - Plan financiero. Ed. Centro de Investigación Cinematográfica. Buenos Aires. 1999
- MARTÍNEZ ABADÍA, J. ... [et al.] Manual básico de tecnología audiovisual y técnicas de creación, emisión y difusión de contenidos (2009) Ediciones Paidós Ibérica
- MATAMOROS, D. (coord.) Distribución y marketing cinematográfico. Barcelona, Publicacions i Edicions de la UB. (2009)
- MILLERSON, G. Realización y producción en televisión. Barcelona, Omega. (2000)
- Miñarro, Laura (2013). Cómo vender una obra audiovisual. Barcelona: UOC.
- Neira, Elena (2016). La otra pantalla: redes sociales, móviles y la nueva televisión. Barcelona: UOC.
- SCOLARI, C. (2013). Deusto, ed. Narrativas Transmedia. Cuando todos los medios cuentan. Deusto.
- Tognazzi, Albert; Ripoll, Jaume; Clarés, Judith (2013). Distribución audiovisual en Internet. Barcelona: UOC.
- VILCHES, L. (2013). Convergencia y Transmedialidad. La ficción después de la TDT en Europa y América Latina. Gedisa.

Complementaris

Bibliografies

- BARTHES, R. (1988): "La muerte del autor" (1968) y "De la obra al texto" (1971), en El susurro del lenguaje. Más allá de la palabra y de la escritura. Barcelona: Paidós
- BLACKMORE, S. (2000). La máquina de los memes. Barcelona: Paidós.
- CASETTI, F. El film y su espectador. Madrid, Cátedra. (1996)
- Gífreu, Arnau (2013). El documental interactivo. Barcelona: UOC.
- NUNO, B. (2011). The Producers Guide to Transmedia: How to Develop, Fund, Produce and Distribute Compelling Stories Across Multiple Platforms (Paperback). London, UK: beActive Books.
- PRATTEN, R. (2011). Getting Started in Transmedia Storytelling: A Practical Guide for Beginners (Paperback). London, UK: Be Active Books
- RODRÍGUEZ, R. MORA, K. (2002): Frankenstein y el cirujano plástico: una guía multimedia de semiótica de la publicidad. Alicante: Publicaciones de la Universidad de Alicante
- SAINZ, M. El productor audiovisual. Madrid, Editorial Síntesis. (2002)