



Información
Deportiva
Transmedia

Máster en Periodismo
y Retranmisiones
Deportivas M+
2019-2020



UNIVERSIDAD
NEBRIJA

GUÍA DOCENTE

Asignatura: Información Deportiva Transmedia

Titulación: Máster en Periodismo y Retransmisiones Deportivas Movistar+

Curso Académico: 2019/2020

Carácter: Obligatoria

Idioma: Castellano

Modalidad: Presencial

Créditos: 2

Semestre: 2º

Profesores/Equipo Docente: Don Francisco José Asensi Viana

1. COMPETENCIAS

Que los estudiantes hayan demostrado poseer y comprender conocimientos en un área de estudio que parte de la base de la educación secundaria general, y se suele encontrar a un nivel, que, si bien se apoya en libros de texto avanzados, incluye también algunos aspectos que implican conocimientos procedentes de la vanguardia de su campo de estudio.

Que los estudiantes sepan aplicar sus conocimientos a su trabajo o vocación de una forma profesional y posean las competencias que suelen demostrarse por medio de la elaboración y defensa de argumentos y la resolución de problemas dentro de su área de estudio.

Que los estudiantes tengan la capacidad de reunir e interpretar datos relevantes (normalmente dentro de su área de estudio) para emitir juicios que incluyan una reflexión sobre temas relevantes de índole social, científica o ética.

Que los estudiantes puedan transmitir información, ideas, problemas y soluciones a un público tanto especializado como no especializado.

Que los estudiantes hayan desarrollado aquellas habilidades de aprendizaje necesarias para emprender estudios posteriores con un alto grado de autonomía.

Aplicar los conocimientos adquiridos y desarrollar una gran capacidad de llevar a cabo su trabajo profesional en entornos mediáticos y sociales que están sufriendo una evolución constante, impulsada por el avance y la difusión de las nuevas tecnologías de la información y de la comunicación.

Poseer las habilidades de aprendizaje que les permita continuar estudiando de un modo que habrá de ser en gran medida auto dirigido o autónomo, para poder permanecer a la altura de los retos que plantea un mundo que se encuentra en constante evolución.

Conocer las estructuras organizativas existentes en el campo de la comunicación y en el entorno de los deportes, atendiendo a las interrelaciones entre los actores implicados.

Conocer los diferentes mecanismos y elementos de la construcción de noticias y reportajes sobre temática deportiva, atendiendo a diferentes formatos, tecnologías y soportes de producción.

Que los estudiantes comprendan la transformación del storytelling como efecto de la convergencia de la tecnología y los medios, comprendiendo el proceso que ha llevado a esa convergencia y las consecuencias de la misma en el desarrollo de nuevas narrativas además de entender las posibilidades que se abren para el periodista con el uso de nuevas herramientas.

Que los estudiantes puedan aplicar los conocimientos adquiridos sobre las distintas estrategias de transmedialización al trabajo diario en un entorno profesional, manejando con soltura las tecnologías y los nuevos recursos narrativos disponibles.

Que los estudiantes profundicen en conceptos seminales de la transmedialización como son "comunidad", "fan" o "interacción". Desarrollando habilidades para movilizar comunidades a través de contenido participativo o provocando la creación de esas comunidades

Desarrollo de criterio para establecer sobre qué contenidos y en qué contexto tiene cabida una transmedialización de contenidos, analizando pros y contras y entendiendo que en función de las decisiones hay unas repercusiones en la inversión de recursos.

Adquisición de la capacidad para diseñar un universo narrativo en relación con un contenido deportivo concreto.

Desarrollo de la capacidad para encontrar recursos narrativos y entender analogías de narrativas que no necesariamente tienen que ver con el contenido deportivo.

2. CONTENIDOS

2.1. Requisitos previos

Ninguno.

2.2. Contenido detallado

1. La evolución del storytelling. Origen y bases del concepto Transmedia

Explicación del desarrollo del concepto “Transmedia” acuñado por el profesor Henry Jenkins del MIT pero presente en la cultura desde hace más de un siglo. Cuáles son sus pilares sociales, tecnológicos y de contenidos fruto de la llamada convergencia de los medios. La eclosión de los conceptos Fandom y Fan Fiction. Cómo ha permeado este concepto en los medios y los contenidos.

2. Transmedia en el entretenimiento audiovisual

Análisis de la transmedialización de contenidos en el sector audiovisual, poniendo el foco en ejemplos de diferentes ámbitos como la ficción, el cine y la publicidad analizando cuáles son los objetivos buscados en cada uno de los campos que se muestran.

3. Periodismo Transmedia

El periodismo no es ajeno al concepto del transmedia storytelling. La disponibilidad de nuevas tecnologías y soportes hacen posible el desarrollo de estrategias informativas que hacen uso de los mismos. Desde el documental interactivo hasta el uso de tecnologías emergentes como la realidad virtual y la realidad aumentada.

4. La producción transmedia

Análisis de los roles implicados en el desarrollo de contenidos transmedia: el transmedia producer. Cómo afecta en la producción de contenidos el enfoque transmedia. La generación de universos narrativos. El uso de metodologías agile y design thinking para la producción de contenidos transmedia.

5. Transmedia y Contenidos Deportivos

Abordamos sobre el paisaje y las herramientas descritas anteriormente como los contenidos deportivos son susceptibles de estrategias transmedializadas. La ventaja de los contenidos deportivos es que en muchos casos están imbuidos desde el inicio del concepto de “comunidad” y “fan” que son claves en la transmedialización.

6. Desarrollando una estrategia Transmedia

La parte práctica de la asignatura supondrá el reto de desarrollar una estrategia transmedia para un evento deportivo, una competición, deporte o federación.

Nota: Las clases estarán apoyadas por el campus virtual, así como por la proyección de vídeos que sirvan para ilustrar mejor el tema; a lo que se sumarán diversas actividades que se realizarán en el aula. Los trabajos que se pidan durante el curso serán expuestos en clase.

3. SISTEMA DE EVALUACIÓN

3.1. Sistema de calificaciones

El sistema de calificaciones finales se expresará numéricamente del siguiente modo:

- 0 - 4,9 Suspenso (SS)
- 5,0 - 6,9 Aprobado (AP)
- 7,0 - 8,9 Notable (NT)
- 9,0 - 10 Sobresaliente (SB)

La mención de "matrícula de honor" podrá ser otorgada a alumnos que hayan obtenido una calificación igual o superior a 9,0.

3.2. Criterios de evaluación

Convocatoria ordinaria

Modalidad: Presencial

Sistemas de evaluación	Porcentaje
Asistencia y participación en clase	10%
Presentación de trabajos y proyectos (Actividades dirigidas individuales o en grupo)	40%
Examen final o trabajo final I	50%

Convocatoria extraordinaria

Modalidad: Presencial

Sistemas de evaluación	Porcentaje
Asistencia y participación en clase	Se pierde
Presentación de trabajos y proyectos (Actividades dirigidas individuales o en grupo)	40%
Examen final o trabajo final I	50%

3.3. Restricciones

Calificación mínima

Para poder hacer media con las ponderaciones anteriores es necesario obtener al menos una calificación de 5 en la prueba final.

Asistencia

El alumno que, injustificadamente, deje de asistir a más de un 25% de las clases presenciales podrá verse privado del derecho a examinarse en la convocatoria ordinaria.

Normas de escritura

Se prestará especial atención en los trabajos, prácticas y proyectos escritos, así como en los exámenes tanto a la presentación como al contenido, cuidando los aspectos gramaticales y ortográficos. El no cumplimiento de los mínimos aceptables puede ocasionar que se resten puntos en dicho trabajo.

3.4. Actividades Dirigidas y Trabajo final

Durante el curso se podrán desarrollar algunas de las actividades, prácticas, memorias o proyectos siguientes, u otras de objetivos o naturaleza similares:

Actividad Dirigida (AD1): Análisis de universos transmedia en el entorno audiovisual (Modalidad: individual)

Actividad Dirigida (AD2): El deporte en YouTube, formatos, estilo visual, marcas. (Modalidad grupasl.

Trabajo final: Los alumnos deberán desarrollar una estrategia transmedia a elegir entre evento deportivo, deporte, deportista o similares. Modalidad grupal. Valor: 50%

3.5. Advertencia sobre plagio

La Universidad Antonio de Nebrija no tolerará en ningún caso el plagio o copia. Se considerará plagio la reproducción de párrafos a partir de textos de auditoría distinta a la del estudiante (Internet, libros, artículos, trabajos de compañeros...), cuando no se cite la fuente original de la que provienen. El uso de las citas no puede ser indiscriminado. El plagio es un delito.

En caso de detectarse este tipo de prácticas, se considerará Falta Grave y se podrá aplicar la sanción prevista en el Reglamento del Alumno.

El estudiante tendrá que presentar tanto las actividades académicas como los exámenes en el tiempo y la forma que indique específicamente el profesor. De no ser así, la calificación del estudiante será de No Presentado (NP).

4. BIBLIOGRAFÍA

Bibliografía básica

Jenkings, H. (2006). *Fans, Bloggers, and Gamers: Media Consumers in the Digital Age*. NYU Press.

Jenkings, H. (2008): *Convergence Culture: Where Old and New Media Collide*. NYU Press

Rose, F. (2011): *The Art of Immersion: How the Digital Generation Is Remaking Hollywood, Madison Avenue, and the Way We Tell Stories*. W. W. Norton & Company

Scolari, C. A. (2013). *Narrativas transmedia: Cuando todos los medios cuentan*. Deusto

Pratte, R. (2015): *Getting Started in Transmedia Storytelling: A Practical Guide for Beginners*. CreateSpace Independent Publishing Platform.

Hutchins, B., Rowe, D (2012). *Sport Beyond Television: The Internet, Digital Media and the Rise of Networked Media Sport*. Routledge Research in Cultural and Media Studies.

Prádanos. E. (2012). *Cómo escribir una biblia transmedia*. El Blog de Eduardo Prádanos. eduardoprados.com

El Cañonazo (2018). *Transmedia en Serie*. <http://elcanonazo.com/transmedia-en-serie/>

Bibliografía complementaria

Clarke, M.J. (2012). *Transmedia Television: New Trends in Network Serial Production*.

Jenkins, H., Ford, S., Green, J. (2018). *Spreadable Media: Creating Value and Meaning in a Networked Culture (Postmillennial Pop)*. NYU Press.

Rein, I., Kotler, P., Ben Ryan Shields (2006) *The Elusive Fan: Reinventing Sports in a Crowded Marketplace*. McGraw-Hill Education.

Taylor, T.L. (2018). *Watch Me Play: Twitch and the Rise of Game Live Streaming*. Princeton University Press

5. DATOS DEL PROFESOR

Nombre y Apellidos	Francisco José Asensi Viana
Departamento	Periodismo
Titulación académica	Licenciado en Derecho
Correo electrónico	
Localización	Campus de Princesa. C/ Sta. Cruz de Marcenado, 27, 28015 Madrid
Tutoría	Contactar con el profesor previa petición de hora por e-mail

<p>Experiencia docente, investigadora y/o profesional, así como investigación del profesor aplicada a la asignatura, y/o proyectos profesionales de aplicación.</p>	<p>Licenciado en Derecho por la Universidad Complutense de Madrid. 1993</p> <p>Experto en la convergencia de la tecnología, la conectividad y los medios a través de una trayectoria profesional que se inicia en el sector IT ocupando diversos puestos en empresas de servicios y consultoría: Garben Consultores (1995), Ideal Objects (1999), Altana Consulting (2001).</p> <p>En el año 2000 toma contacto con la eclosión de Internet y los contenidos digitales al recalar en Teknoland que fue la mayor consultora digital de la era puntocom en España.</p> <p>De 2003 a 2006 regresa al sector tecnológico primero en la multinacional de software Borland Software Corporation y después en la empresa francesa de ciberseguridad Deny All, cuya filial en España desarrolla desde cero.</p> <p>En el año 2006 se incorpora al equipo de contenidos del Real Madrid CF, ocupándose del desarrollo de negocio de los derechos de contenidos de televisión y digitales además de la puesta en marcha de proyectos interactivos: videojuegos, websites, apps móviles, video online, etc.</p> <p>En 2008 breve paso por la multinacional de la industria musical EMI Music en el área de desarrollo de nuevos negocios no vinculados a la música grabada como el desarrollo de videojuegos, endorment de artistas, etc. En EMI recupera un proyecto que había analizado en el Real Madrid: Realvolution. Uno de los primeros proyectos transmedia asociados a un club de fútbol.</p> <p>En el año 2008 se incorpora al equipo original que comienza la transformación digital de la Corporación RTVE como director de desarrollo de negocio y estrategia digital. Participa en numerosos proyectos incluyendo RTVE A La Carta, aplicaciones móviles, lanzamiento de la estrategia en redes sociales, estrategia y productos transmedia, etc. El proyecto transmedia relacionado con la serie de TVE-Globomedia “Águila Roja” supondría la primera transmedialización relacionada con ficción en España. Premiada con la Rose D’Or al mejor proyecto interactivo de TV en el año 2010. Además participa en el lanzamiento de las aplicaciones móviles y las emisiones en streaming para las Juegos Olímpicos de Pekín y Juegos Olímpicos de Londres</p> <p>En 2013 al grupo Endemol como director de la unidad digital incluyendo la multichannel network Tuiwok Estudios con más de 100 canales en YouTube entre los de producción propia y generados por creadores independiente.</p> <p>En 2015 para incorporarse a la empresa NeverSeen Media, promovida por el Grupo Damm. Su primer cometido es convertir el World Pádel Tour, patrocinado por Damm, en un evento digital de gran calado.</p> <p>En 2017 funda League of Lawyers, empresa dedicada a los eSports</p>
---	--