

---

# Cómo escribir una Biblia Transmedia

Una plantilla para productores multiplataforma

Traducción de Eduardo Prádanos Grijalvo  
A partir del documento original de Gary P Hayes • Diciembre 2012

---



EduardoPradanos.com



---

# Introducción

---

Este documento ha sido creado para proporcionar una herramienta útil y una guía de mejores prácticas para el pensamiento, la planificación, la documentación y los materiales de apoyo necesarios en el desarrollo de una propiedad a través de múltiples plataformas de medios. Está dirigida fundamentalmente a los productores de este tipo de proyectos, que tienen la responsabilidad de la dirección general de todas las áreas clave y también debería suponer la entrada que necesitan los distintos miembros de su equipo multidisciplinar.

La biblia hacia la que este documento le guiará no es una biblia de producción en el sentido tradicional -un formato de documento para franquiciar una propiedad de TV en otros mercados-, sino más bien un cajón de sastre que abarca los componentes clave de un complejo servicio multiplataforma. Su biblia puede ser extendida a un documento de referencia de producción completa cuando las secciones que contiene lleguen a ser más detalladas. Algunas secciones a través de cada ‘capítulo’ pueden parecer repetitivas pero deberían reflejar una perspectiva diferente y una especialización en las áreas comunes del proyecto.

La ‘Biblia Transmedia de la Producción’ es, ante todo, un documento que recoge los elementos narrativos y de diseño claves en las propiedades intelectuales, las reglas de engagement, las funcionalidades y diferentes técnicas a través de múltiples plataformas, y una visión general del plan de negocio/marketing. Cada una de las cinco secciones principales requiere que al frente estén miembros especializados del equipo del proyecto para que se responsabilicen de su desarrollo, ya que el servicio va desde la concepción de la idea hasta la producción y este documento se convierte en una biblia de producción totalmente detallada.

Usted no tiene que seguir necesariamente esta estructura precisa. El formato final dependerá de la gama de contenido, el alcance y la magnitud de su propuesta - la cantidad de narración, la complejidad técnica, los elementos de diseño de negocio o Design Thinking, etc. La extensión sugerida de cada sección es orientativa, y los diagramas incluidos están realizados de una manera simple intencionadamente para incitar a las propias interpretaciones de cada lector.

*Plantilla escrita no exclusivamente por Gary P Hayes como una guía modelo para los productores multiplataforma. Julio de 2011. Traducida al español por Eduardo Prádanos en diciembre de 2012. El traductor no se responsabiliza de algún posible error en la traducción.*



---

# Contenidos

---

<b>INTRODUCCIÓN</b> .....	<b>2</b>
<b>TRATAMIENTO</b> .....	<b>6</b>
Lema .....	7
Historia de fondo y contexto .....	7
Sinopsis .....	7
Plot points .....	8
Caracterización y actitud .....	8
Guiones .....	8
Argumentos/guiones centrados en el usuario .....	9
<b>ESPECIFICACIONES FUNCIONALES</b> .....	<b>10</b>
Formulario multiplataforma .....	11
Normas de engagement .....	12
Plataformas y canales .....	12
Visión general del servicio .....	13
Viaje del usuario .....	13
Eventos clave .....	14
Cronogramas .....	15
Interfaz y branding .....	15
<b>ESPECIFICACIONES DE DISEÑO</b> .....	<b>16</b>
Diseño estético .....	17
Introducción a las directrices de branding y diseño .....	17
Storyboard .....	17
Wireframes .....	18
Guía de estilo, color y especificaciones de las fuentes .....	19
Diseño de estilos en medios .....	19
Lista de activos completa .....	19
<b>ESPECIFICACIONES TECNOLÓGICAS</b> .....	<b>20</b>
Visión tecnológica de la plataforma .....	21
Arquitectura del sistema .....	22
Detrás de la magia en la tecnología .....	22
Servicio de construcción de infraestructura .....	22
Metodología de dispositivos .....	23
Gestión de usuarios .....	23
Gestión del contenido, back-end y servidores .....	23
Codificación y programación .....	24
Tests de control de la calidad .....	24

<b>NEGOCIO Y MARKETING</b> .....	<b>25</b>
<b>Objetivos</b> .....	26
<b>Indicadores de éxito</b> .....	27
Necesidades del usuario .....	27
<b>Target de la audiencia y marketing</b> .....	27
Modelos de negocio .....	28
Proyecciones, presupuestos y cronogramas .....	29
Equipo de producción .....	29
Estado del proyecto y próximos pasos .....	30
Derechos de autor, propiedad intelectual y licencias .....	31
Resumen y llamadas a la acción .....	31

---

# 01. Tratamiento

---

Este primer capítulo introduce el mundo de las narraciones impulsadas a través de los servicios multiplataforma. Se trata de una visión centrada en las historias y revelará la clave narrativa y/o los arcos de servicio en un lenguaje sencillo. La atención debería centrarse en la descripción de una historia o una experiencia atractiva (si el servicio está más centrado en la utilidad o en lo documental). En esta parte no se debería introducir ningún diseño explícito, funcional o elementos técnicos. Al final, este apartado debería dar a conocer una amplia argumentos al usuario/espectador como rutas o viajes a través del mundo de las narraciones, haciendo sencillas referencias a las plataformas. El tratamiento debe incluir las siguientes secciones, las cuales se describen más detalladamente a continuación:

- Lema
  - Historia de fondo y contexto
  - Sinopsis
  - Plot points
  - Caracterización y actitud
  - Guiones
  - Argumentos/guiones centrados en el usuario
-

## Lema

Un lema es un gancho de una sola línea que se usa como *teaser* ante el lector adelantando lo que el servicio va a realizar, o qué preguntas se plantea, desde un punto de vista experiencial. Los mejores lemas para argumentos/guiones centrados en el usuario incluyen a éste como “tú”. Por ejemplo, ‘¿Cómo salvarás el planeta Orgon de los humanos?’, ‘Tu viaje a través de la mente y el cuerpo de un refugiado’ o ‘Descubre la verdad tras el mayor secreto de Australia y tú eres el detective’.

## 1 ó 2 líneas

---

## Historia de fondo y contexto

Esto describirá el entorno en el cual existe su servicio. Para un universo narrativo, cubrirá: el contexto histórico, la narrativa previa y/o la mitología en general. Los servicios que tienen menos elementos narrativos hablarán sobre ello como una experiencia, incluyendo iniciativas que sean o puedan ser competencia, mercados de consumo y/o tendencias tecnológicas. Se establecen las bases y el escenario para el resto del tratamiento de la sección, llevando al lector del documento al ámbito del servicio. Para atraer al lector, este apartado se puede mejorar con una o dos imágenes representativas o de la actual interfaz.

## Aproximadamente 1 página

---

## Sinopsis

Esto es una idea general del proyecto actual o del servicio que se va a producir. En este apartado se describen cómo los elementos narrativos o experienciales se desarrollan con el tiempo. Se definirá claramente el entorno de la narración, como un mundo/universo en sí mismo, y se concentrará en los hilos narrativos, introduciendo personajes principales y/o las funciones específicas. Como estamos ante una historia centrada en las tramas, basta con aludir a la función de cada plataforma, haciéndolo más bien como una sinopsis que aporte al servicio multiplataforma en su conjunto. Sin embargo, es muy importante aclarar cómo y por qué las diferentes plataformas trabajan con diferentes aspectos de la historia. La sinopsis no tiene por qué ser rígida en su cronología, eso vendrá después.

## 1-2 páginas

---

## Plot Points

La mayoría de los proyectos multiplataforma se van completando con una secuencia de eventos que se suceden mientras el servicio se desarrolla con el tiempo. Para facilitar la comprensión de terceras partes, es muy útil una lista numerada de cómo el servicio se puso en marcha por fases y sub-elementos. Por lo tanto, es importante incluir una lista de los principales elementos centrales de la historia o [plot points](#) a medida que se libera el arco narrativo y/o la experiencia del usuario en el relato.

**10-20 líneas**

---

## Caracterización y actitud

Esta sección describe los caracteres específicos o las personalidades claves en el programa, la película, la serie, el documental, el juego o la historia principal en la que trabajemos. Proporciona el elemento humano, mostrando a los protagonistas de la ficción y sus roles, y cómo podrían ser representados ellos en los medios sociales o en los *websites* de ficción. También se referirá a la información biográfica; ideas sobre personas reales y roles específicos que los usuarios pueden ser obligados a asumir. Incluso un servicio multiplataforma que no está centrado en la narración/en la historia mencionará el estilo, las guías y la actitud general de la experiencia.

**Aproximadamente 1 página**

---

## Guiones

Se recomiendan adjuntar ejemplos de escritura de guiones en la Biblia Transmedia, pero la cantidad requerida dependerá de en qué etapa del proyecto se encuentra. Obviamente, se necesitarán menos al principio del desarrollo. Si, por ejemplo, tenemos entre cinco y diez líneas de contenido que se difundirá a través de redes sociales, una página entera de guión escrita para un vídeo en internet, o una copia de un sitio web falso que queramos mostrar, esto todo es material ilustrativo de apoyo para el universo narrativo. Esta sección debería indicar claramente donde será requerido el material previamente escrito para así informar al resto del documento.

**Al menos 1 o 2 páginas**

---



# ATENCIÓN: ESTO ES IMPORTANTE

## Argumentos/guiones centrados en el usuario

El diseño centrado en el usuario comienza cuando usted entiende a los usuarios típicos de su proyecto multiplataforma e incluso usted puede visualizarlos utilizando sus soportes. Esta sección se centrará en tres o cuatro hipotéticos individuos, definidos psicológicamente (<http://bit.ly/ZoJZv5>), y describe con un nivel profundo de detalle sus rutas cronológicas e individuales a través del servicio. Se pondrán de relieve sus particulares estilos de vida y cómo el proyecto es relevante para ellos. Se indicarán claramente sus puntos de entrada en el servicio y los elementos que les motiven y les llamen a la acción. Estas descripciones deberán ser coloridas y textuales y serán utilizadas más adelante para trazar el recorrido global de los usuarios.

**Aproximadamente 1 párrafo por usuario**

---

# 02. Especificaciones funcionales

---

En este capítulo se explica cómo el servicio funciona realmente. Las especificaciones funcionales son descripciones detalladas de la experiencia de uso y los elementos de la interfaz, y construyen una estructura más rígida alrededor de la historia o el servicio. A menudo, este apartado es escrito conjuntamente entre el productor y el [experience designer](#). Se trata del tramo del puente que une la historia y el diseño/los elementos técnicos y, por lo tanto, es la pieza central de la biblia, la que une todos los demás capítulos. En este capítulo se incluyen las siguientes secciones:

- Formulario multiplataforma
- Normas de engagement
- Plataformas y canales
- Visión general del servicio
- Viaje del usuario
- Eventos clave
- Cronogramas
- Interfaz y branding



¡todos  
son  
relevantes!

## Formulario multiplataforma ¡seleccionar al menos 4!

Ésta es una lista precisa de los elementos que definen lo que el servicio es ‘en realidad’ desde una perspectiva multiplataforma. Cada proyecto multiplataforma puede ser descrito en pocas palabras como una formulario, a menudo compuesto de varias sub-formularios. Éstos son algunos ejemplos de los componentes que pueden ser una parte del servicio, y de ese modo indicar el formulario:

1. **Webisodio**: contenido de audio o vídeo entregado como una serie social o de ficción. A menudo llamados podcasts, vodcasts o movisodios (mobisodes).

2. **Eje de la comunidad**: un *site* dedicado a hacer crecer y gestionar la comunidad de interesados en la propiedad intelectual.

3. **Casual games**: fácil de aprender a jugar, desde un solo jugador hasta multijugadores masivos.

4. **Instalación física**: cualquier proyecto que tiene su origen o está centrado alrededor de un edificio físico interactivo fijo (tal como un kiosco interactivo o una instalación de sonido en un festival).

5. **Social TV** o Social Film: un proyecto híbrido que combina redes sociales y elementos de vídeo conectados.

6. **Serious games**: juegos que específicamente ponen al usuario dentro de escenarios del mundo real para cumplir una serie de objetivos, o que en sus mecánicas del juego tienen una intención educativa de fondo.

7. **Basados en localizaciones de servicios**: contar historias a través de geolocalización, elementos en el mundo real utilizando sistemas GPS.

8. **Social Media Storytelling**: el uso de una amplia gama de las actuales redes sociales para ofrecer mayor profundidad narrativa.

9. **Juegos - Mundos 3D**: formatos de juego con altos valores de producción y narraciones extensas.

10. **Mundos virtuales sociales**: un espacio virtual compartido donde la intención principal es que los usuarios puedan socializar y crear sus propias historias a menudo en torno a un tema común. Diferentes de juegos orientados a objetivos.

11. **Sitios web estáticos**: una categoría obvia, el infame sitio web estático que se puede utilizar comercialmente o como parte de una narrativa ficticia.

Aunque la terminología varía en toda la industria digital, es fundamental que la Biblia Transmedia describa exactamente 'lo que es' desde la perspectiva de la funcionalidad. Esta sección también cubre todas las características especiales o las variaciones de los componentes principales, así como las únicas mash-ups o combinaciones de elementos.

**1/2 - 1 página**

---

## Reglas de engagement **de manera básica... según plataformas**

En esta sección se explican detalladamente los aspectos de interfaz y usabilidad del servicio desde la perspectiva del usuario. En esencia, debería pintar un panorama práctico de la experiencia, incluyendo lo que los usuarios tendrán que hacer, frente a lo que ellos pueden esperar y los desafíos a los que se enfrentarán. Dependiendo de la forma, las áreas cubiertas aquí incluirán las primeras etapas de diseño de los niveles, la mecánica de juego, la aportación del usuario, la suscripción, los enlaces a la API (Application Programming Interface) con otros servicios (por ejemplo, Facebook Connect), la privacidad de los datos, la comunicación del usuario, y los términos y condiciones.

**1-2 páginas no debemos complicarnos con esto ...  
mecánica de juego, aportaciones posibles del usuario...**

---

## Plataformas y canales

Esta sección mostrará una lista de cada plataforma y un rango probable de canales o servicios en esas plataformas, abarcando en un nivel alto el contenido que habrá en cada uno. Por ejemplo, si la plataforma es un genérico de teléfonos inteligentes, la gama de canales utilizados en esa plataforma particular puede incluir: (a) SMS genéricos, (b) un sistema operativo móvil transversal a medida construido como aplicación, y (c) una aplicación QR (Quick Response) basado en patrones. Esta sección documentará todos los canales como punto de referencia para el resto de la producción de la biblia, y es probable que sea actualizada regularmente durante todo el desarrollo y la producción.

---

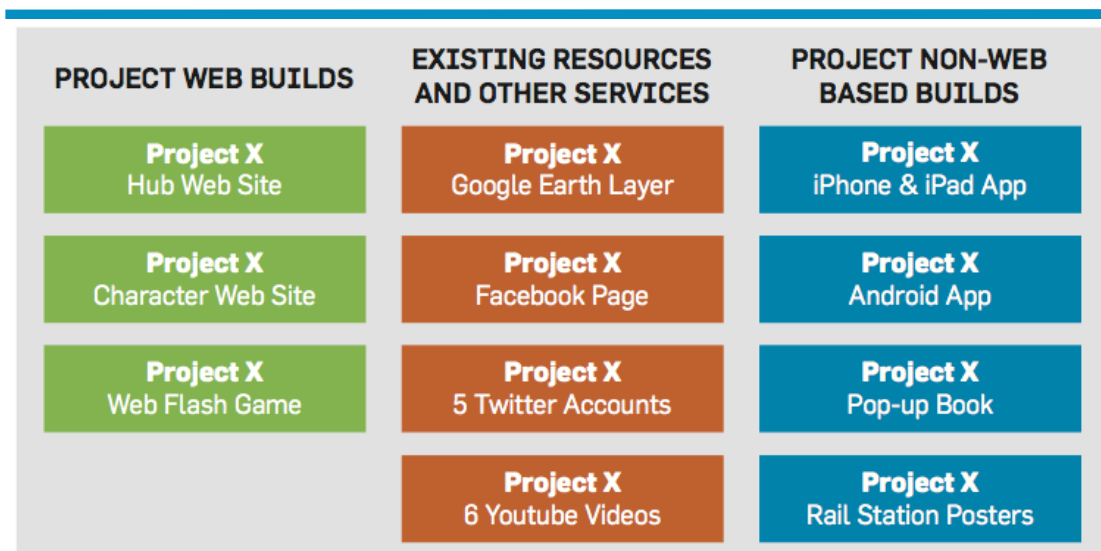
**1 página. Probablemente tabulada. ¡tabulada!**

---

## Visión general del servicio

Esta sección proporciona más detalles sobre cada uno de los canales identificados anteriormente, en aproximadamente un párrafo cada uno, para aclarar exactamente lo que necesita ser creado. Cada componente o bien requiere una construcción específica o, si utiliza servicios abiertos tales como YouTube y Twitter, una descripción de qué contenido será producido por ellos. Éstos pueden ser representados en un simple diagrama de bloques.

### 1 párrafo por cada ítem



## Viaje del usuario ¡muy importante!

El 'viaje del usuario' es un diagrama que refleja las rutas que puede hacer el espectador/consumidor a través del servicio. Muestra, por tanto, una multiexperiencia en una plataforma multicanal. El tiempo se asigna en el eje X y el canal o la plataforma en el eje Y. Esto proporciona una idea clara de las dependencias y los puentes entre cada componente y sirve para poner de relieve los problemas con los puntos de entrada, las llamadas a la acción (CTA o *call to action*) o las salidas del servicio. El texto de cada cuadro debe ser utilizado como una referencia a una descripción más detallada de cada componente, la cual estará alojada en la sección de eventos claves (el apartado que va justo después de éste). Para los proyectos lanzados todos al mismo tiempo tales como un sitio web o aplicación móvil, esta sección debe mostrar la ruta que los usuarios pueden recorrer a través de cada elemento individual del servicio desde una experiencia de usuario. Aquí hay un ejemplo básico de un viaje de un usuario a través de un servicio como es un juego estilo 'detectivesco':

### 1 página horizontal por cada diagrama (posibilidad de múltiples diagramas)



## Eventos clave

Básicamente, este apartado complementa la tabla del viaje del usuario y lo dota de una descripción narrativa de los elementos, numerados previamente en dicha tabla. Hará hincapié en los *call to action* de cada evento clave, detallando aquellos factores desencadenantes que motiven al usuario a través del servicio o las plataformas. Se refiere a cómo cada usuario entra en el contexto de la narrativa en general. Dependiendo de la complejidad del servicio, la tabla de viaje de usuario y los eventos clave, éste puede dividirse en capítulos, estaciones o bloques semanales. El nivel de detalle requerido dependerá de la situación de la producción y el propósito de la biblia.

## 1-2 páginas

medio / bajo

## Líneas de tiempo

Ésta es una sección corta que combina los canales que deben ser creados (identificados arriba) con una cronología de cuándo son requeridos (según lo dictado por el viaje de usuario y los eventos clave). Estará contado desde la perspectiva de la producción práctica con un nivel de detalle razonablemente alto. Es necesario para poner en marcha y ver cómo avanza el viaje de usuario a través de los eventos clave. Debe cubrir: aspectos básicos de problemas de recursos, nivel necesario de las personas y las pruebas que probablemente se requieran. Se puede referir a fechas específicas e incluye los tradicionales Diagramas de Gantt.

**2 páginas**

---

## Interfaz y branding

En esta sección se engloba, desde una perspectiva funcional, cómo los elementos dinámicos (tales como la marca o publicidad) pueden estar dentro del servicio y cambiar cuando el tiempo pase. Contendrá directrices sobre cómo la marca se integrará con la historia y una simple descripción de los posibles elementos únicos de la interfaz, incluyendo el *thinking* detrás de la interfaz de usuario y cómo esto influye en la planificación del diseño.

**1/2 - 1 página**

---

---

# 03. Especificaciones de diseño

---

Este capítulo proporciona una visión general del *look & feel* de los elementos visuales y de audio, componentes de diseño mucho más detallados, directrices de *branding*, [wireframes](#), guías de estilo, interfaces completamente simuladas, y así sucesivamente. Añadirá color al visualizar la historia y los componentes funcionales y, en la medida de lo posible, los diseños finalizados para el show de cada plataforma y canal. Las secciones que se incluyen son:

- Diseño estético
  - Introducción a las directrices de branding y diseño
  - Storyboard
  - Wireframes
  - Guía de estilo, color y especificaciones de las fuentes
  - Diseño de estilos en medios
  - Lista de activos completa
-



## Diseño estético

Al igual que en la dirección de arte en cine y televisión lineal, en esta sección se describirán y representarán los ambientes y escenas de la historia. Se incluirá el diseño de interfaces, comparando y contrastando con los proyectos existentes, y que muestre claramente los puntos de diferencia. También se puede ampliar con ejemplos que ilustren la evolución del proceso de diseño.

## 1-2 páginas

---

## Introducción a las directrices de branding y diseño **nivel básico**

Ésta es una guía de estilo y diseño de tratamiento en la que se describe la filosofía de la marca de la propiedad a través de las plataformas. Se tratarán aspectos como el diseño del logotipo y, tanto en los citados logos como en otros elementos de marca puede haber explicaciones coordinadas precisas para cada plataforma. También se incluirá la primera vista del *look & feel* de interfaces clave en el servicio.

## 1 página de texto, 2-3 páginas diseño de maquetas de la interfaz

---

## Storyboard

En este apartado se mostrará un el diseño de un paseo a través de cada una de las plataformas. Se ilustrará como una secuencia de ventanas (en modo cómic) que muestren cuatro o cinco fotogramas clave de cada uno, para dar una idea clara de la interfaz de usuario en esa plataforma. Cada trama se describirá con una o dos líneas de cómo el menú, navegación, cajas adicionales, etc., funcionarán. Esta es una de las secciones clave de toda la biblia, y enlaza con la tabla del viaje del usuario, por lo que el equipo de producción tiene que tener una idea muy clara de cómo funciona el enlace de plataformas en su totalidad. Los storyboards puede ser tan detallados como se requiera en el estado de desarrollo. Si la biblia sigue funcionando como un documento de planificación, el storyboard puede ser limitado a [wireframes sugerentes](#), pero justo antes o durante la construcción puede avanzar a las capturas de pantalla de los trabajos en curso.

## Planning 2-3 páginas/Preproducción 8 páginas +

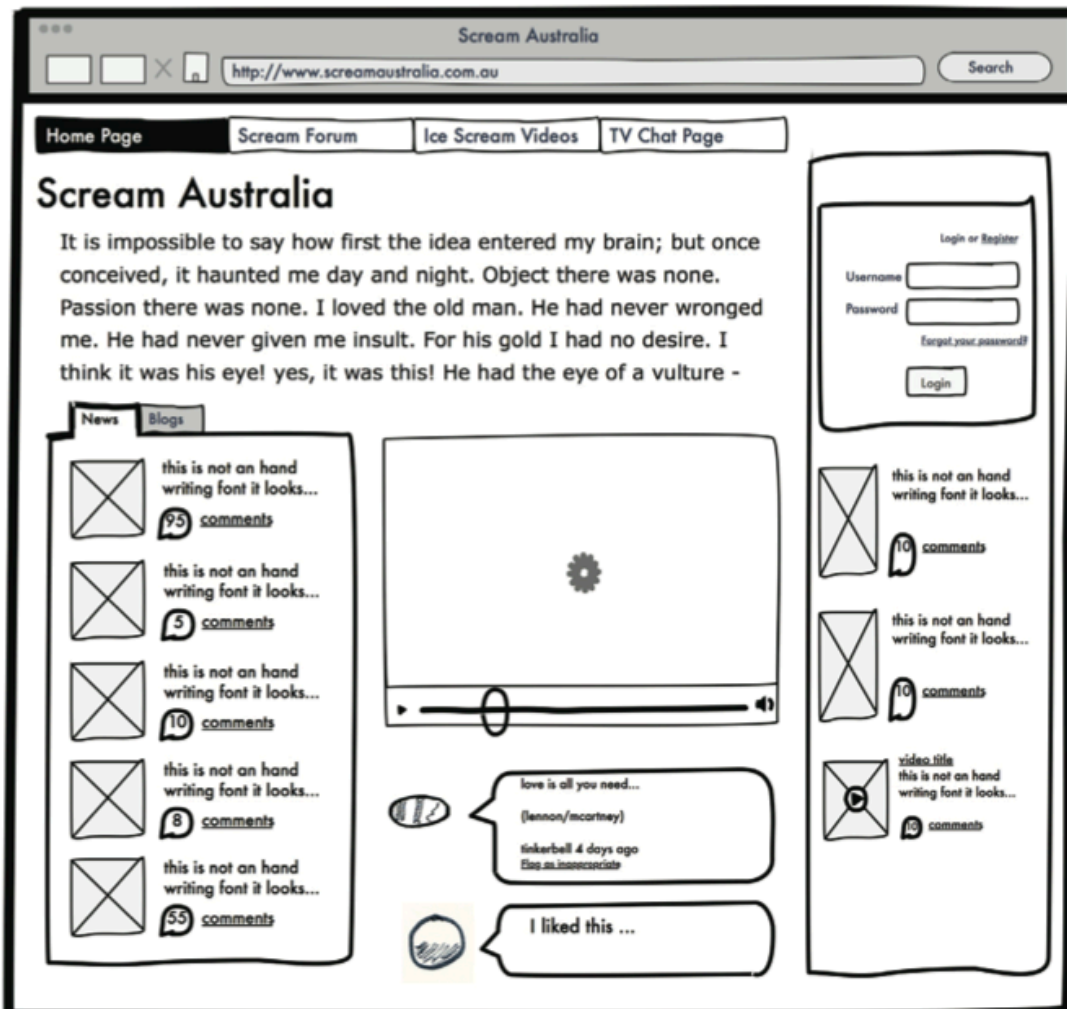
---

## Wireframes

Los [wireframes](#) son mapas detallados de la interfaz y diagramas indicados que permitirán al desarrollador web, al diseñador de juegos o al desarrollador de aplicaciones móviles, por ejemplo, crear los elementos estructurales de la base desde el principio hasta el final y los gráficos serán puestos en su sitio más tarde. Ellos mismos pueden ser elementos del storyboard del que hablábamos anteriormente, pero es probable que estén mucho más detallados y mejor documentados por separado. ~~El wireframe por lo general tendrá coordenadas de píxeles y referencias de diferentes secciones de la aplicación, escena del juego, o site.~~ Para documentos de planificación previos, estos wireframes no son tan importantes como el *look & feel* del diseño de las maquetas, pero no obstante son útiles para desarrollar el pensamiento en torno a cómo va a ser la funcionalidad.

1/2 - 1 página por cada interfaz

### Basic Web Wireframe Example



## Guía de estilo, color y especificaciones de las fuentes

Es muy importante en la implementación de la estética del diseño tener presentes los detalles precisos de paletas de colores, los gráficos y los storyboards. En este apartado se detallará una gama de colores únicos para el diseño visual, y la lista de requisitos tales como los valores RGB, las texturas, el uso de fuentes y otras características de diseño a tener en cuenta. También cubrirá con un nivel alto de detalle los estilos de arte y fotografía e incluirá ejemplos clave.

**2 páginas**    **ESTA SECCIÓN DEBE SER MÁS AMPLIA**

---

## Diseño de estilos en medios

Al igual que en la producción lineal (o habitual), el énfasis en los componentes visuales a menudo prevalece. Habiendo sido recogidas en los apartados anteriores las interfaces plenamente visuales, éste es el apartado para mostrar otros archivos multimedia. El audio y los estilos musicales pueden ser descritos (incluso enlazados), junto con ejemplos de secuencias de títulos para trailers o vídeos cortos en movimiento, la palabra hablada y muchos otros recursos multimedia. Esta sección debe ser una descripción textual del estilo de todos los elementos de los medios de comunicación para proporcionar cohesión con otros elementos visuales.

**1 página**

---

## Lista de activos/bienes completa

Fluye desde las secciones anteriores, lo que proporciona una lista jerárquica de los bienes que se van a producir, y ayudará a la planificación de la producción si todo el mundo tiene claro qué necesita ser creado y qué necesita ser comprado. Durante las etapas iniciales de planificación este apartado tendrá un nivel muy alto. Se centrará especialmente en los activos que tienen una necesidad de diseño, en lugar de una lista de producción que englobe todo lo que se necesite en general.

**1-2 páginas**

---

esta sección esta orientada hacia los ingenieros  
(vuestro perfil es creativos y diseñadores)  
sin embargo indico algunos aspectos que son interesantes

---

## 04. Especificaciones tecnológicas

---

La propia naturaleza de los servicios multiplataforma hace que la tecnología sea dispersa y cambiante, así que una buena planificación técnica es el elemento más crítico de cualquier servicio. Esta parte del documento combina la funcionalidad con las especificaciones de diseño, manteniendo un ojo en la historia y los requerimientos del negocio. Lo ideal es que sea escrito por el CTO (Chief Technical Officer) de la empresa, una persona de máximo nivel que no ande demasiado perdido codificando detalles en esta etapa. Más adelante, en la evolución de los documentos, pueden ser añadidos aspectos más precisos para la construcción de cada elemento. Las secciones de este capítulo incluyen:

- Visión tecnológica de la plataforma
  - Arquitectura del sistema
  - Detrás de la magia en la tecnología
  - Servicio de construcción de infraestructura
  - Metodología de dispositivos
  - Gestión de usuarios
  - Gestión del contenido, back-end y servidores
  - Codificación y programación
  - Tests de control de la calidad
-

## Visión tecnológica de la plataforma

Esta sección hace referencia a por qué se están utilizando ciertas plataformas, dispositivos o sistemas. ¿Por qué, por ejemplo, se necesita un determinado dispositivo móvil y su sistema operativo? ¿Se debe a las necesidades del usuario? Otros aspectos que se tratan aquí están directamente ligados a las plataformas identificadas en el capítulo 02 ‘Especificaciones funcionales’ y ponen de relieve cómo las diferentes plataformas ofrecen la posibilidad de conectarse, compartir activos o ampliar la experiencia sin problemas. Esta sección se refiere a los entornos de plataforma técnica de alto nivel, de los cuales algunos se detallan a continuación:

- 2D PC web: websites tradicionales basadas en navegador web que pueden incluir Flash, HTML5, o simples elementos multimedia.
- 3D PC: aplicaciones isométricas o full 3D o navegadores basados en motores de juego.
- Móvil (genérico): tanto smartphones como antiguos móviles basados en SMS.
- Tablets (genérico): pantallas portables más amplias, dispositivos portátiles conectados.
- Connected TV y set top box: hardware específico conectado o integrado en televisores de pantalla grande o pantallas de cine que combinan contenidos de la televisión y la web.
- Consolas especializadas: tales como las plataformas de videojuegos o dispositivos de juegos portátiles.
- Realidad aumentada: las tecnologías que permiten la estratificación de los contenidos digitales en el mundo real.
- El mundo real: el espacio físico
- Televisores
- Pantallas de cine

**1-3 páginas**

---

## Arquitectura del sistema

Uno o dos gráficos muy detallados mostrarán cómo las plataformas y los canales dentro de éstas están conectados entre sí, y cómo el contenido y los datos fluye alrededor de este ecosistema técnico. Se necesitará un poco de texto descriptivo detallado al lado, ya que esto se refiere a la versión técnica de los escenarios del viaje del usuario, la tabla del viaje del usuario y el Storyboard, por lo que se necesita para ser referenciado.

**Aproximadamente 3 páginas**

---

## Detrás de la magia en la tecnología

Aunque cualquier servicio no debe depender de la nueva tecnología o de un nuevo uso de la tecnología ya existente, en los servicios multiplataforma a menudo un desarrollo en esta línea hace del servicio algo especial y diferente. Así que en esta sección se resaltan estos aspectos del proyecto que hacen que tenga potencial de comercialización.

**1/2 página**

---

## Servicio de construcción de infraestructura

Esto incluye los motores multiplataforma en los que se presta servicio y se referirá a un ecosistema jerárquico y técnico para servicios muy complejos. Habrá declaraciones técnicas tales como “el casual game web será construido en Flash CS5, AS3”, o “los webisodios se ejecutarán en un motor Java construido a medida para todos los navegadores web”. La jerarquía puede referirse a elementos tales como:

- Sistemas operativos: Android, iOS, Windows, Linux, Mac OS, etc.
- Entornos de codificación: Java, Objective C, Action Script 3, HTML5, etc.
- Motores de código abierto: Wordpress, Drupal, Joomla, etc.
- Software cliente/jugadores/herramientas: Flash, Unity, OpenTV, Unreal, Crytek, etc.
- Los servicios web existentes: Ning, Facebook, YouTube, Flickr, Twitter, etc.
- Formatos de los medios: MP4, MP3, .exe, .gif, etc.

**Aproximadamente 3 páginas**

---

## Metodología de los dispositivos

Los dispositivos multiplataforma requieren su propia forma de pensar, y la gama de smartphones/tablets o televisores conectados, por ejemplo, está en constante evolución. Esta sección tratará en detalle las opciones clave de hardware y los problemas de implementación. Se identificarán las consideraciones de plataforma opuestas (por ejemplo: PS3 vs Xbox vs Wii, iPhone o iPad vs iPod Touch), y también una lista de los modelos o versiones específicas de hardware en las que se centra el servicio.

### 1 página

---

## Gestión de usuarios

Un aspecto crítico de todos los servicios multiplataforma es la gestión de los usuarios en tiempo real o de forma asíncrona. Técnicamente esta sección definirá cómo serán gestionados los datos recogidos de los usuarios por suscripción y durante el uso del servicio. Esto puede ser parte de una definición más amplia de CMS (Content Management System) o CPMS (Production Content Management System).

### 1-2 páginas

---

## La gestión de contenidos, back-end y servidores

En este apartado se describe cómo será administrada la complejidad de muchos recursos multimedia y cómo serán alimentados estando en o fuera de servicio, así como las copias de seguridad, la gestión de contenido generado por el usuario y los requisitos del servidor. En algunos servicios multiplataforma complejos en tiempo real será necesario un tablero de control a medida y [back-ends](#) asociados, será construido desde cero para gestionar el flujo de contenidos y los usuarios. En esta sección también se detalla, por ejemplo, los pros y los contras del uso de terceros de hosting, software de gestión de contenidos, o construir algo específico para este servicio. En general, es una descripción de todo lo back-end que hará que todo el proyecto concuerde conjuntamente.

### 2-3 páginas

---

## **Codificación y programación**

En esta sección se detallarán los elementos específicos (por ejemplo, motores de juegos, interfaces de aplicaciones, sistemas de suscripción, gestión de datos...) que necesiten ser contruidos desde cero o bien que haya que modificar los motores existentes. Se detallará tanto los entornos de codificación, una idea de dónde está ese recurso, y una estimación del tiempo probable que conlleve el desarrollo.

**1 página**

---

## **Tests de control de calidad**

Esta sección incluirá una descripción de cómo todos los elementos del servicio serán testados durante el desarrollo.

**1/2 - 2 páginas**

---



esta sección está orientada hacia especialistas en marketing...  
pero hay aspectos que son relevantes para vuestro  
aprendizaje y conocimiento del medio de forma integral

---

## 05. Negocio y Marketing

---

Este capítulo podría estar colocado el primero en este documento e introducir toda la biblia.

Las secciones que comprende son:

- **Objetivos**
  - Indicadores de éxito
  - **Necesidades del usuario**
  - **Target de la audiencia y marketing**
  - **Modelos de negocio**
  - Proyecciones, presupuestos y cronogramas
  - Equipo de producción
  - Estado del proyecto y próximos pasos
  - **Derechos de autor, propiedad intelectual y licencias**
  - Resumen y llamadas a la acción
-

## Objetivos

Esta sección debe cubrir tres objetivos del servicio:

### A. ¿Qué desea lograr desde la perspectiva del usuario a través del servicio? Por ejemplo:

- Estimular la comunidad basada en el storytelling.
- Llamar a la audiencia a ser altamente activa durante una transmisión en directo.
- Crear una vinculación más profunda entre los eventos programados.
- Movilizar a la audiencia a participar activamente fuera del hogar.
- Estimular a la comunidad para que contribuya al contenido.
- Hacer un servicio altamente personalizado.
- Desarrollar un poderoso servicio de *teasers* para que sea obligado consumir la propiedad.

**CONSIDERAR**

### B. ¿Cuáles son los objetivos desde la perspectiva del equipo creativo? Por ejemplo:

- Llegar a un público más joven o más viejo.
- Experimentar con quienes nunca antes han probado conceptos multiplataforma.
- Mejorar las habilidades del equipo.
- Aumentar la conciencia de los problemas sociales.
- Diseñar un servicio que dure más allá de dos años.
- Construir una fuerte audiencia femenina o masculina.
- Construir una comunidad internacional de tu propiedad.
- Aumentar la audiencia general.

**MUY IMPORTANTE**

### C. ¿Cuál es el objetivo económico?

**CONSIDERAR**

- Comercial: generación de ingresos a través de modelos de negocio digitales maduros.
- Marketing: elevar el coste de promoción/marketing/publicidad de otros productos o propiedades.
- Beneficios sociales: elevar la conciencia social y la emisión o las manifestaciones culturales, educativas y/o artísticas.

- **Experimental:** un nuevo tipo de proyecto destinado a ampliar sus límites, con la libertad de fracasar y perder dinero, pero del que se aprenda.

## 1 página

---

### Los indicadores del éxito

¿Cómo serán medidos los objetivos establecidos y de esos resultados cómo decidirás si el servicio ha sido exitoso? Los KPIs (Key Performance Indicators) y el ROI (Return On Investment) son formas tradicionales de medir el éxito, pero puede haber otros indicadores de *engagement* que usted vaya construyendo en su servicio.

## 1-2 páginas

---

### Necesidades del usuario

Éste es un resumen que cubre dos preguntas clave: ¿por qué el servicio será noticia y por qué será usado? Un simple análisis de las necesidades del usuario pondrá de relieve las carencias del mercado o la competencia débil.

## 1 párrafo

---

## HABLAREMOS SOBRE EL ASUNTO... NO MÁS

### Target de la audiencia y marketing

Esta sección se refiere a dos ámbitos fundamentales: ¿Quién va a utilizar el servicio y cómo usted los va a atraer hacia el mismo? Se incluirá un desglose demográfico y psicográfico de sus usuarios/audiencia, enumerando servicios de la competencia o ejemplos de servicios similares, citando números. Será un análisis comparativo y bien investigado. Lo más probable es que utilice un poco de investigación a medida de la que se haya documentado para el proyecto. Una pregunta lógica de esto es cómo les va a atraer para que sean conscientes de su servicio existe. Una amplia gama de técnicas de marketing social y de comunicación tienen que ser tratadas aquí, y las estimaciones de los números con el paso del tiempo deben estar presentes en todo momento. Otro elemento clave que debe abordarse es la estrategia

comunitaria para el servicio (lo que confirma por qué se puso en marcha para hacer crecer una comunidad de intereses) así como una base de clientes leales.

**2-4 páginas**

---

### **Los modelos de negocio**

En este apartado se proporciona una visión general de cómo el presupuesto se incrementará o cómo se generarán ingresos. En muchos servicios multiplataforma habrá una mezcla de modelos de negocio, por lo que esta sección detallará modelos primarios y secundarios, los cuales pueden incluir los siguientes:

- Patrocinio (comercial o financiado por la agencia)
- Publicidad: basado en texto o *rich media advertising* (*surround* o *product placement*)
- Suscripción (para usar el servicio): parte del modelo freemium/premium
- Transacción: venta directa de productos, pago por uso o prima o extensión de elementos
- El marketing de afiliación: dinero por conectar con servicios que nos gusten
- Moneda virtual
- Las ventas directas del propio formato multiplataforma a terceros
- Las ventas a mercados inteligentes de datos de usuarios anónimos
- Peer-to-peer
- Las ventas de los spots de *product placement*
- Donaciones a las alguna de las partes integrales de los elementos del servicio

Esta sección no necesita detallar los ingresos probables sino convencer al lector de que los modelos realmente van a funcionar.

**1-2 páginas**

---

## Las proyecciones, presupuestos y cronogramas

En esta sección se detallarán todos los gastos importantes y/o los ingresos probables y/o beneficios del servicio. Se debe incluir una hoja de cálculo listando hasta qué punto el servicio tendrá un coste de desarrollo. Esto se puede ampliar a medida que la planificación de los servicios avanza. Se vinculará con el programa de producción, y debería desglosarse qué presupuesto potencial se va a gastar en cada hito. Debido a la naturaleza de una producción compleja, la hoja de cálculo también debe desglosarse en función de la plataforma. Por último, un Diagrama de Gantt detallará minuciosamente los plazos vinculados a las necesidades presupuestarias. Las proyecciones serán una evaluación realista de los ingresos probables generados, incluyendo cuándo el proyecto llegará a un equilibrio y cuándo se moverá en ganancias.

**2-5 páginas**

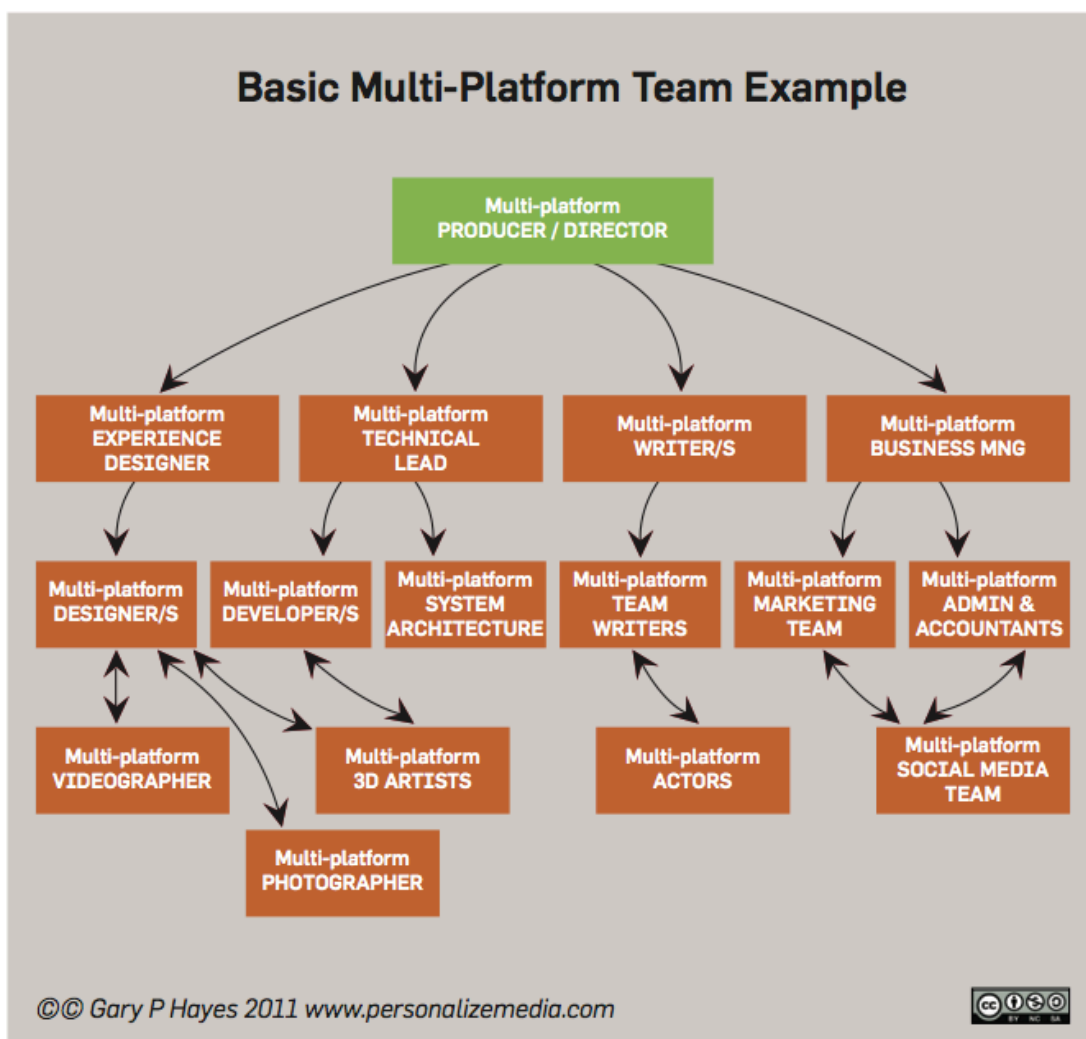
---

## Equipo de producción

Puede merecer la pena separar esto en dos secciones. La primera debe ser un desglose completo del equipo multidisciplinar en relación con este proyecto específico, enumerando los roles y las responsabilidades de cada individuo en la iniciativa multiplataforma y/o transmedia. La segunda sección proporciona antecedentes biográficos de cada uno de los miembros del equipo con [head shots](#) si es posible. Un proyecto complejo requerirá los roles de productor/es transmedia, escritor/es, diseñador/es, dirección técnica, arquitecto de sistemas, programadores, directores de desarrollo de negocio, marketing y así sucesivamente hasta un máximo de diez líderes de proyecto.

**1/2 - 1 página por cada miembro del equipo**

---



### Estado del proyecto y próximos pasos

Esta sección debería listar claramente el estado del proyecto en su conjunto a través de áreas clave como la financiación, el desarrollo, la inversión, la pre/post producción, la producción actual y los objetivos y fechas de entrega de metas. Debería también enumerar el progreso de cada una de las principales plataformas de manera individual, ya que es probable que sea sorprendentemente significativo el desarrollo de cada una de ellas.

**1-2 páginas**

---

## Derechos de autor, propiedad intelectual y licencias

Esta sección cubrirá una amplia gama de la propiedad intelectual y otros temas, como quién es el dueño de la propiedad intelectual (IP) en la historia y el contenido creado, si los socios están tomando acciones globales como parte del desarrollo de los aspectos del servicio o de la inversión, si hay interés en las licencias del servicio por parte de terceros, y así sucesivamente. Se debe destacar aquí las condiciones económicas particulares en las que el proyecto esté inmerso.

**1-3 páginas**

---

### Resumen y llamadas a la acción

A menudo, los planes de negocio y marketing es una forma natural de acabar la producción de la biblia desde la perspectiva de la producción de documentos. En un documento de presentación vale la pena reiterar por qué el servicio es único, así como la historia/narración clave o las metas del servicio como algo fuera del plan de negocio.

**1-2 páginas**

---

---

# Cómo escribir una Biblia Transmedia

Una plantilla para productores multiplataforma

Traducción de Eduardo Prádanos Grijalvo  
A partir del documento original de Gary P Hayes • Diciembre 2012

---

