

Treball de Fi de Grau

Where is not Eddie

Eduard de Ferrater i Oliva

Grau en Multimèdia

Tutor/a: Elisabet Fonts González
Vic, Juny de 2019



**RESUM TREBALL FINAL DE GRAU
GRAU EN MULTIMÈDIA**

Títol: *Where is not Eddie*

Paraules clau: *Transmèdia, Instagram, Xarxes Socials, Eddfe, Where is Eddie.*

Autor: Eduard de Ferrater i Oliva

Tutora: Elisabet Fonts González (UVic)

Data: Juny de 2019

En aquest *Treball de Final de Grau* s'exposa el procediment i els resultats de la realització d'una transmèdia del joc d'Instagram *Where is Eddie* creat per l'usuari *Eddfe*, que té per objectius crear una aplicació i expandir el joc a diverses xarxes socials per a fer-ne difusió i així poder arribar al màxim nombre de gent possible.

Així doncs, l'objectiu principal del projecte és portar aquest joc fora de la xarxa social a la qual es troba i crear un impacte a la gent de la mateixa manera que s'ha realitzat a Instagram. Creant perfils a les xarxes socials de Facebook, Twitter, YouTube i posant a disposició dels usuaris una aplicació per a mòbils que els permetrà jugar directament des d'aquesta.

Els resultats de la transmèdia han sigut la sortida per primera vegada d'aquest joc a les diverses xarxes socials, la creació d'una aplicació per a dispositius mòbils i el fet que molta més gent conegui i segueixi el joc.



**SUMMARY OF THE FINAL DEGREE PROJECT
MULTIMÈDIA DEGREE**

Title: *Where is not Eddie*

Key words: *Transmèdia, Instagram, Social Networks, Eddfe, Where is Eddie.*

Author: Eduard de Ferrater i Oliva

Tutor: Elisabet Fonts González (UVic)

Date: June 2019

This project shows the procedure and results from the creation of the transmèdia for the Instagram game of Where is Eddie, created by the user Eddfe, whose objectives are creating an application and expand the game to some of the social networks to expand the brand and reach the maximum amount of public possible.

Therefore, the main objective of the project is to bring this game out of the social network of Instagram and create an impact on people in the same way that has been made to the Instagram users. Creating profiles on social networks of Facebook, Twitter, YouTube and making available a mobile application that will allow the users to play directly from it.

The results of the transmedia have been the first release of this game on the various social networks, the creation of an application for mobile devices and the fact that more people know and follow the game nowadays.



TAULA DE CONTINGUTS

TAULA D'IL·LUSTRACIONS	6
AGRAÏMENTS	8
CAPÍTOL 1	9
1. INTRODUCCIÓ	10
2. OBJECTIUS	11
2.1. OBJECTIU GENERAL	11
2.2. OBJECTIUS ESPECÍFICS	11
CAPÍTOL 2	12
3. CONTEXT	13
3.1. CONTEXT HISTÒRIC	13
3.2. BENCHMARKING.....	17
4. ARQUITECTURA DE LA INFORMACIÓ	17
4.1. ARBRE DE CONTINGUTS	17
4.2. MAPA DE L'APLICACIÓ	19
4.3. DIAGRAMA DE FLUXOS.....	20
CAPÍTOL 3	21
5. DISSENY DE LES INTERFÍCIES	22
5.1. APLICACIÓ.....	22
5.2. XARXES SOCIALS.....	22
5.3. CODI CROMÀTIC.....	22
5.4. TIPOGRAFIA.....	24
5.5. LOGOTIP.....	26
5.6. DISSENY APLICACIÓ	29
5.7. DISSENY XARXES SOCIALS	33
CAPÍTOL 4	34
6. PLA DE NEGOCI	35
6.1. XARXES SOCIALS	35
6.1.1. <i>Twitter</i>	35
6.1.2. <i>Facebook</i>	35
6.1.3. <i>YouTube</i>	35
6.1.4. <i>Instagram</i>	36
6.1.5. <i>Altres</i>	36
6.2. APP	37



FACULTAT DE CIÈNCIES I TECNOLOGIA

UVIC | UVIC·UCC

6.3.	MERCHANDISING	37
7.	RESULTATS.....	38
7.1.	XARXES SOCIALS	38
7.1.1.	<i>Twitter</i>	38
7.1.2.	<i>Facebook</i>	39
7.1.3.	<i>YouTube</i>	40
7.1.4.	<i>Instagram</i>	40
7.2.	APP	41
7.3.	TRANSMÈDIA CREAT PER ELS USUARIS	42
8.	LÍNIES DE FUTUR.....	43
9.	CONCLUSIONS	43
10.	BIBLIOGRAFÍA I WEBGRAFIA.....	45
ANNEX	47



Taula d'Il·lustracions

Il·lustració 1 - What is Transmedia?	13
Il·lustració 2 - Arbre de continguts	18
Il·lustració 3 - Mapa de l'aplicació	19
Il·lustració 4 - Barra de menú de l'aplicació	19
Il·lustració 5 - Diagrama de fluxos	20
Il·lustració 6 - Tipografia Amatic	24
Il·lustració 7 - Tipografia Dominican	24
Il·lustració 8 - Tipografia Antonio	25
Il·lustració 9 - Tipografia Amatic Negreta	25
Il·lustració 10 - Tipografia Gill Sans MT	25
Il·lustració 11 - Tipografia Myriad Pro	26
Il·lustració 12 - Tipografia 28 Days Later	26
Il·lustració 13 - Logotip Carrefour	26
Il·lustració 14 - Logotip Where is Eddie	26
Il·lustració 15 - Logotip Temporada 1	27
Il·lustració 16 - Logotip Temporada 2	27
Il·lustració 17 - Logotip Temporada 3	27
Il·lustració 18 - Logotip Temporada 4	27
Il·lustració 19 - Logotip Mini jocs	28
Il·lustració 20 - Bitmoji Eddie	29
Il·lustració 21 - Menú Where is Eddie	29
Il·lustració 22 - Botó ruleta Where is Eddie	30
Il·lustració 23 - Botó Play Where is Eddie	30
Il·lustració 24 - Botó Log Out Where is Eddie	31
Il·lustració 25 - Botó registre Where is Eddie	31
Il·lustració 26 - Resum perfil usuari	31
Il·lustració 27 - Fons gestió d'usuaris	32
Il·lustració 28 - Fons general aplicació	32
Il·lustració 29 - Fons saló de la fama	32
Il·lustració 30 - Capçalera Xarxes	33
Il·lustració 31 - Perfil Twitter Where is Eddie	38
Il·lustració 32 - Perfil Facebook Where is Eddie	39
Il·lustració 33 - Compte Youtube Where is Eddie	40
Il·lustració 34 - Grafit de l'artista NONE	42
Il·lustració 35 - Pantalla càrrega Clash Royale	47
Il·lustració 36 - Menú Clash Royale	47
Il·lustració 37 - Missions Clash Royale	48
Il·lustració 38 - Rànquing Clash Royale	48



FACULTAT DE CIÈNCIES I TECNOLOGIA

UVIC | UVIC·UCC

Il·lustració 39 - Pantalla càrrega Brawl Stars.....	50
Il·lustració 40 - Botiga Brawl Stars	50
Il·lustració 41 - Experiència usuari Brawl Stars	51
Il·lustració 42 - Pantalla càrrega Rumble Stars	52
Il·lustració 43 - Ajuda Rumble Stars	52
Il·lustració 44 - Perfil Rumble Stars	53
Il·lustració 45 - Xarxes Socials Rumble Stars.....	53
Il·lustració 46 - Pantalla càrrega Candy Crush	54
Il·lustració 47 - Ruleta Candy Crush.....	55
Il·lustració 48 - Pantalla càrrega Golf Battle	56
Il·lustració 49 - Menú Golf Battle	56
Il·lustració 50 - Bonus gratis Golf Battle	57
Il·lustració 51 - Rànquing Golf Battle.....	57
Il·lustració 52 - Configuració Golf Battle	58
Il·lustració 53 - Pantalla càrrega Dónde está Javier?	59
Il·lustració 54 - Botó error Dónde está Javier?	59
Il·lustració 55 - Portada Llibre Where's Waldo?	61



Agraïments

Eli, gràcies per acceptar tutoritzar aquest treball des del primer dia, i donar-me la motivació necessària per fer-lo possible. Gràcies per haver sigut una gran referent quant al tema de disseny i una guia excepcional des del primer dia de classes fins al dia d'avui.

Berta, per donar-me un punt de vista més realista i tocar sempre de peus a terra quan jo m'enlairava massa i viatjava a un món irreal, per fer-me tocar-hi a mi i per estar sempre al meu costat, en silenci però atenta a qualsevol ensopagada, envers tota situació.

Família, gràcies per donar-me el suport, però sobretot l'espai necessari per a poder realitzar aquest projecte, respectant els meus horaris i acceptant cada cosa al seu moment.

Amics i coneguts, gràcies per ser la base d'aquest projecte i fer-lo realitat comentant a totes les publicacions a les xarxes des del primer dia i fent-ne difusió.

Finalment agrair a tots els herois sense capa que en algun moment donat d'aquest projecte han estat allà per al que els necessitava, ja sigui portant un refresc, recordant-me que també s'ha de dormir per poder funcionar correctament o bé seguint-lo des de l'anonimat.



FACULTAT
**DE CIÈNCIES
I TECNOLOGIA**

UVIC | UVIC·UCC

Capítol 1



1. Introducció

El projecte de *Where is not Eddie*, surt com a necessitat de portar el joc d'Instagram *Where is Eddie (WIE)* a un altre nivell. El nom fa referència irònicament al fet que a partir que es va decidir realitzar un transmèdia del joc, aquest va aparèixer a totes les xarxes socials i inclús al món real.

Aquest joc creat per l'usuari d'Instagram *Eddfe*, consisteix a buscar a l'Eddie (un personatge fictici interpretat per l'Eduard de Ferrater) a diverses fotografies històriques, de forma entretinguda i divertida. Per tal de guanyar punts els usuaris han de comentar on s'amaga l'Eddie a la fotografia utilitzant l'etiqueta *#IfoundEddie* per a tal d'optar a un nombre més gran de punts.

Les publicacions s'agrupen per temporades i cada temporada té un únic guanyador(l'usuari que ha aconseguit més punts), al qual se li atorga un diploma i un títol de reconeixement acord a la temporada que ha guanyat.

A causa de la inquietud real dels usuaris per a tal d'optar a guanyar una temporada, surt la necessitat de donar les mateixes oportunitats a tots, creant una aplicació per a dispositius mòbils on la gent no necessiti estar registrada a Instagram o cap xarxa social sinó que creant un usuari dintre l'aplicació ja podran participar i guanyar els mateixos premis que la resta.

A partir d'aquí es creen els perfils de *WIE* a les diferents xarxes socials per a tal d'utilitzar-les com a eina de difusió i comunicació amb els usuaris, i l'aplicació passa a ser l'única forma de jugar-hi.



2. Objectius

2.1. Objectiu general

- Desenvolupar un joc on els usuaris interactuïn.
- Entendre i aprendre com es mou el mercat mitjançant les xarxes socials
- Crear una marca pròpia.

2.2. Objectius específics

- Donar a conèixer la marca WIE
- Potenciar la marca mitjançant les xarxes socials
- Desenvolupar una web
- Generar un impacte considerable als usuaris.



FACULTAT
**DE CIÈNCIES
I TECNOLOGIA**

UVIC | UVIC·UCC

Capítol 2



3. Context

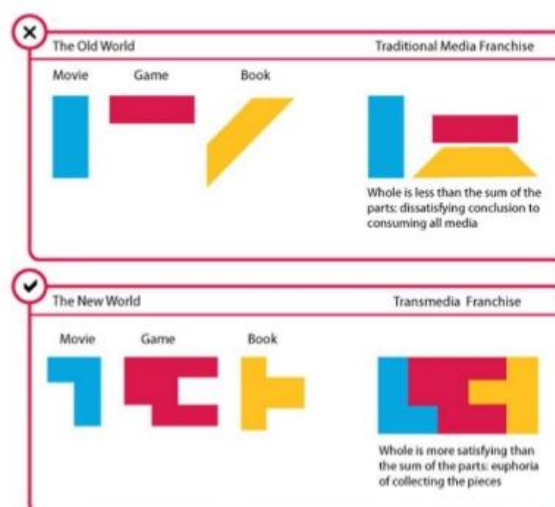
3.1. Context històric

La transmèdia, tot i no aparèixer als diccionaris, es defineix com a un projecte que combina múltiples canals de comunicació o plataformes per a transmetre un missatge.

Segons en Rober Pratten, Fundador i CEO al Transmedia Storyteller Ltd, la transmèdia és portar l'audiència a un viatge emocional que va de moments a moments, on la paraula moment fa referència a un punt en el temps on estem totalment absorbits en el present.

“Now transmèdia storytelling could be described as taking the audience on an emotional journey that goes from moment-to-moment.” – Robert Pratten.

Per tant entenem transmèdia com el fet d'utilitzar més d'un mitjà per comunicar-se.



Il·lustració 1 - What is Transmedia? (Robert Pratten Getting Started in Transmedia Storytelling - 2nd Edition)



És per això que es va decidir dur a terme aquest projecte, per expandir el joc d'Instagram de WIE a totes les altres xarxes socials, crear una aplicació per a dispositius mòbils i deixar que els mateixos usuaris també creïn elements transmèdia per si sols.

Durant aquesta última dècada, les xarxes socials han passat a formar part de la nostra vida diària, permetent a la gent travessar fronteres i interactuar amb persones de tot el planeta creant o compartint contingut a temps real.

Les xarxes socials actualment tenen un gran paper en l'àmbit laboral, ja que permeten a moltes empreses poder conèixer el rerefons de la persona a la qui volen contractar, o els obren la possibilitat de poder comunicar-se entre elles sense haver de moure's.

No obstant això, el paper principal de les xarxes socials des de la seva creació, ha sigut relacionar als usuaris entre si, generant vincles d'amistat, relacions o simplement creant un canal de comunicació entre dos usuaris.

Al llarg de la història d'internet, s'han anat creant infinitat de xarxes socials, però només unes poques han aconseguit mantenir els seus usuaris fins al dia d'avui. És per això que s'han seleccionat aquestes xarxes per a realitzar una transmèdia de WIE.

L'Instagram és una aplicació creada per en Kevin Systrom i en Mike Krieger que va sortir al mercat el 6 d' octubre de 2010. Aquesta plataforma permetia compartir imatges amb gent de tot el món i a més a més oferia la possibilitat d'afegir uns filtres a les fotos que es van fer molt populars entre els usuaris els primers anys de l'aplicació.



FACULTAT DE CIÈNCIES I TECNOLOGIA

UVIC | UVIC·UCC

Actualment la xarxa disposa de moltes altres opcions com poder compartir vídeos, crear històries, o inclús una secció anomenada “Instagram TV” que permet als usuaris penjar i veure vídeos més llargs que els que es permeten a les publicacions.

La xarxa social de Facebook va ser creada l'any 2004 per Mark Zuckerberg, Eduardo Saverin, Chris Hughes i Dustin Moskovitz. Aquesta xarxa va sortir com a eina de comunicació entre els estudiants de la seva universitat.

Actualment permet afegir a gent de tot el món com a amics, compartir fotografies i vídeos, i crear pàgines d'empresa.

Twitter va ser creada el 13 de juliol del 2006 per en Jack Dorsey, Noah Glass, Biz Stone i Evan Williams, com a canal de comunicació semblant als SMS per a l'empresa en què treballaven els seus cocreadors, però a l'obrir-se públicament va començar a créixer ràpidament.

Actualment Twitter permet enviar missatges anomenats piulades o tuits de no més de 280 caràcters i publicar imatges i vídeos.

Youtube va ser fundat el 14 de febrer de l'any 2005 per Chad Hurley, Steve Chen i Jawed Karim amb la finalitat de poder compartir-se vídeos gravats durant una festa que van fer ells.

Actualment Youtube permet penjar vídeos a tot el món, amb una durada il·limitada i de forma molt senzilla i intuïtiva.

Hi ha una gran diversitat de xarxes socials a internet com ara LinkedIn, Snapchat, Pinterest, entre altres, però per a realitzar aquest projecte s'ha decidit centrar-se



només en les esmentades anteriorment, ja que són les més populars i amb millor sortida de cara als objectius que es volen aconseguir.

WIE és un joc creat per l'usuari d'Instagram *Eddfe* que va crear el 30 de Desembre de 2017 anunciant que durant el 2018 hi hauria aquest joc al seu perfil d'Instagram i que tothom podia participar.

El joc consisteix en buscar a l'Eddie a fotografies històriques i de temàtica diversa (música, esport, pel·lícules, història, etc.) i per poder guanyar punts s'ha de comentar on està dins de la foto utilitzant l'etiqueta de #IFoundEddie.

Seguint l'exemple de *Where's Waldo?* Sempre va vestit amb la mateixa roba, un jersei gris i uns pantalons blau fosc. I a les seves fotografies hi posa una petita explicació del rerefons del moment en que es troba.

Al llarg de la temporada s'anaven publicant les classificacions al seu perfil d'Instagram i en acabar aquesta primera temporada, va es va publicar la classificació final, on el guanyador va rebre un diploma i un tiquet per a la gran final.

Vist el gran èxit de la primera temporada amb més de 50 participants, es va decidir seguir amb el projecte i crear la temporada 2. On el contingut era el mateix, però així hi havia la possibilitat de reunir més públic al tornar a posar-se a 0 les puntuacions. A més a més es va canviar la forma de puntuar ja que així la diferència entre els jugadors no seria tant gran, i es va passar a fer unes descripcions de la fotografia molt més elaborades.



3.2. Benchmarking

Prèviament a realitzar l'aplicació, s'ha fet un estudi de mercat per analitzar els possibles competidors, valorar els seus perfils i extreure'n idees per al projecte.

De les diverses empreses o jocs s'ha analitzat el seu desenvolupament, s'ha valorat els pros i els contres de cada un, i s'han extret unes conclusions per a veure que es podria agafar de cada competidor per a poder afegir al nostre projecte.

També s'han analitzat els seus perfils a les xarxes socials d'Instagram, Twitter, Facebook i YouTube, si és que disposaven d'un, per a poder-los fer servir de guia a l'hora de generar els perfils de *WIE*.

4. Arquitectura de la informació

4.1. Arbre de continguts

Per a poder tenir clar el contingut de l'aplicació i com organitzar i repartir la informació, s'ha creat un arbre de continguts on es mostri de manera clara tota la informació necessària.

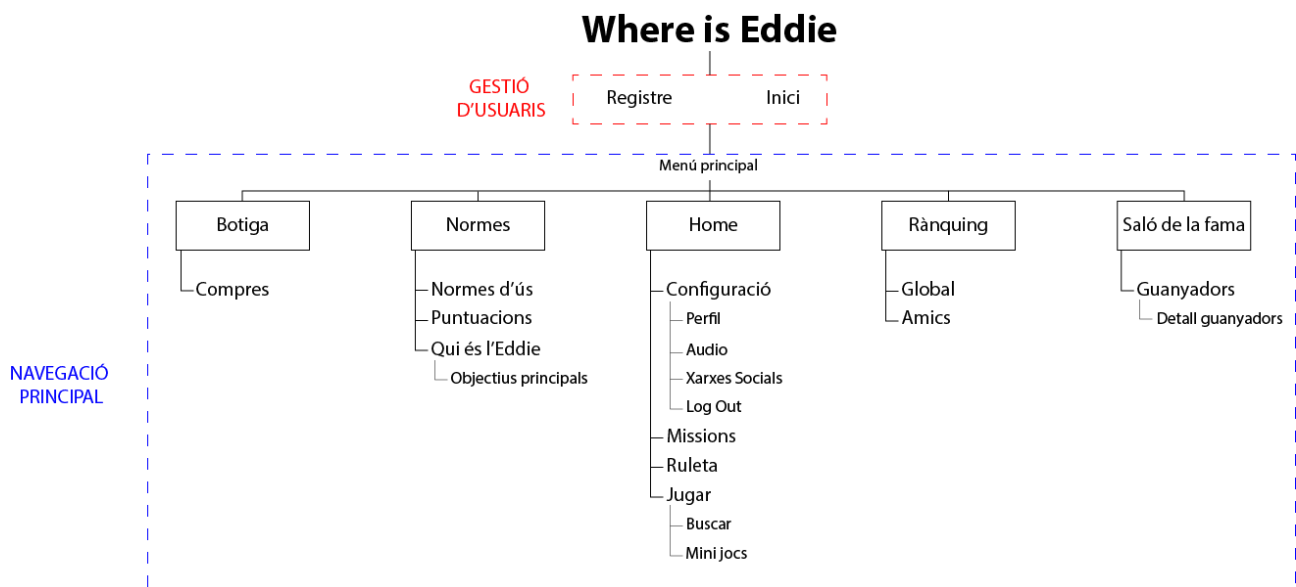
Al principi de tot ens apareix una secció de gestió d'usuaris on hi podem registrar un usuari nou en cas de no tenir-ne cap o entrar amb un usuari existent.

Un cop passada aquesta secció, s'arriba a l'apartat de la navegació principal, on hi trobem un menú que consta de cinc seccions.

Aquestes seccions són la botiga, on els usuaris hi podran comprar ofertes de bonificacions per al joc, l'apartat de normes, on els usuaris trobaran les normes a seguir, com es reparteixen les puntuacions, i un apartat sobre qui és l'Eddie on es



marquen els objectius de l'aplicació. La home és la secció on hi ha un apartat on es pot modificar la configuració d'àudio, veure les xarxes de *WIE* i el perfil de l'usuari, i ens dona l'opció de sortir de l'aplicació. A més a més hi ha l'apartat de la ruleta de bonificacions, i un altre apartat on es poden veure les missions disponibles per a guanyar bonificacions extres. Ja per acabar l'apartat de menú principal i trobem la secció de jugar on se'ns dona la possibilitat de jugar a buscar a l'Eddie o bé de provar altres mini jocs com sopes de lletres, mots encreuats i laberints, entre altres. La quarta secció és la del rànquing on podem veure les puntuacions de tots els usuaris i també es poden fer llistes d'amics contra els que competir. L'últim punt d'aquest menú de navegació és el saló de la fama, on hi apareixen tots els usuaris guanyadors d'alguna temporada, i hi podem veure en detall les seves estadístiques de la temporada que van guanyar.



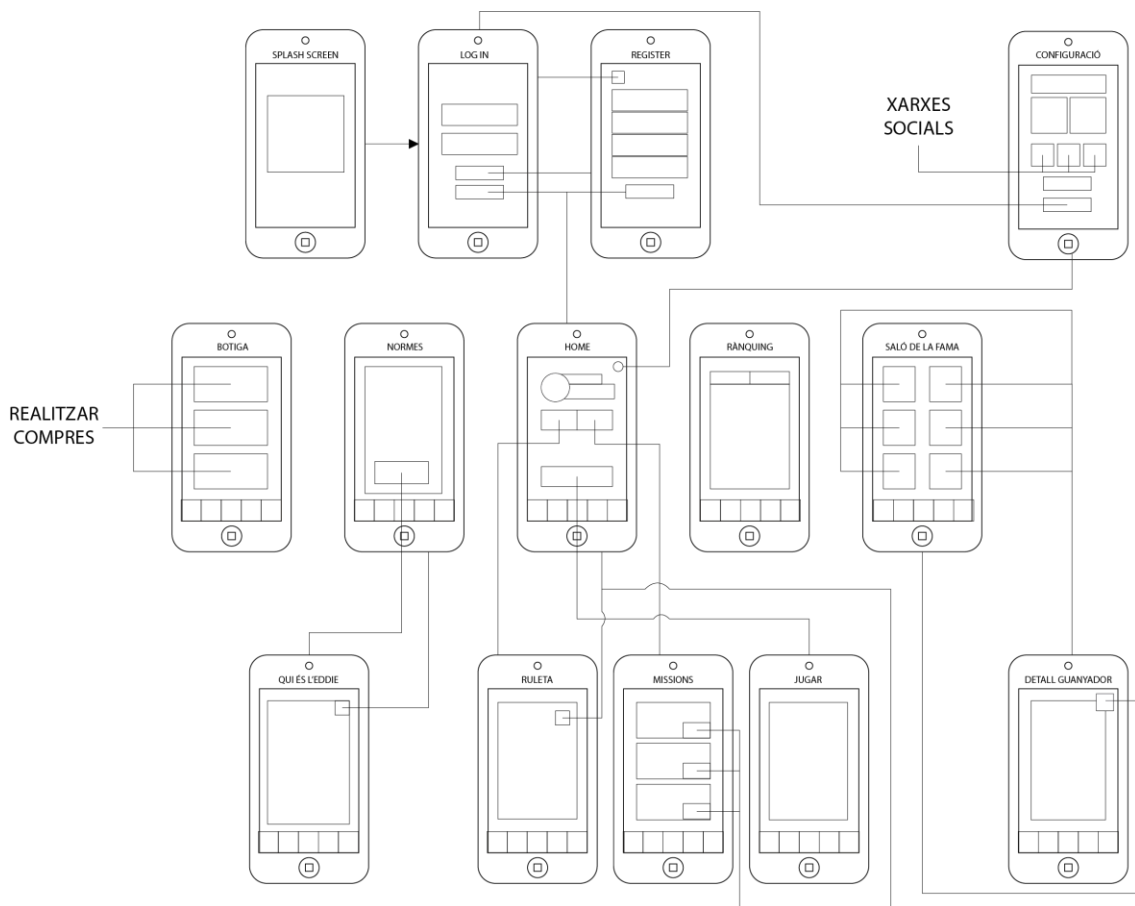
II-lustració 2 - Arbre de continguts



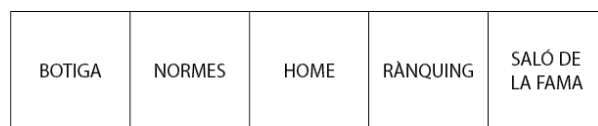
4.2. Mapa de l'aplicació

Un cop organitzat tot el contingut gràcies a l'arbre de continguts, s'ha mirat com connectar les diferents pantalles entre elles per a que la usabilitat sigui còmode i intuïtiva. Això s'ha fet creant un mapa on es puguin veure totes les funcions dels botons disponibles i a quina pantalla porten.

A més a més s'ha dissenyat un menú inferior amb 5 seccions on cada secció porta sempre a la mateixa pantalla especificada.



II·lustració 3 - Mapa de l'aplicació

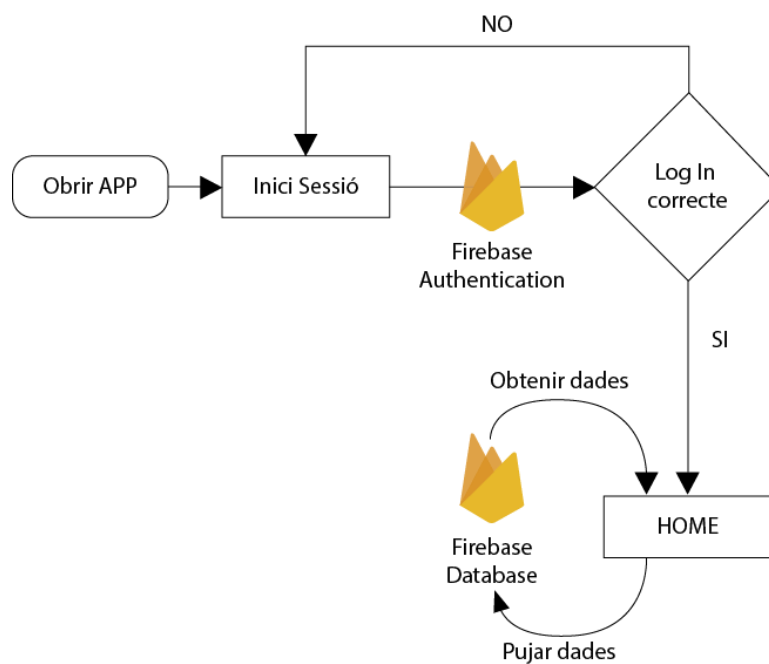


II·lustració 4 - Barra de menú de l'aplicació



4.3. Diagrama de fluxos

A l'utilitzar registre d'usuaris i emmagatzematge de dades a una base de dades, també s'ha hagut de dissenyar un diagrama de fluxos per a l'aplicació on s'hi explica com es farà per connectar-se des de l'aplicació a la base de dades d'usuaris i com funcionarà la transferència de dades de l'aplicació al núvol.



II-lustració 5 - Diagrama de fluxos



FACULTAT
**DE CIÈNCIES
I TECNOLOGIA**

UVIC | UVIC·UCC

Capítol 3



5. Disseny de les interfícies

5.1. Aplicació

Per a tal de seguir amb la línia d'Instagram, s'ha dissenyat un logotip nou referent a cada temporada, on cada un és representat per un color predominant (negre, vermell, groc i blau respectivament).

A més a més a part del joc s'ha incorporat un seguit de mini jocs que no sumen punts per a cap temporada però ajuden a la gent a entretenir-se i parar una estona jugant a una cosa diferent que no sigui el mateix joc de sempre.

Per a aquesta secció també s'ha dissenyat un logotip i es segueix una línia de colors i tipografies.

5.2. Xarxes Socials

Per a les xarxes socials també s'ha creat un disseny relacionat amb el de l'aplicació. A totes les xarxes es mostra les mateixes imatges. Com a logotip hi ha el logotip de la temporada per la que passa el joc, i una capçalera adaptant-se les mides per a cada plataforma.

5.3. Codi cromàtic

Per tal de seguir una mateixa línia de disseny durant les publicacions i els jocs a les xarxes i a l'aplicació, s'han utilitzat els següents colors:



FACULTAT DE CIÈNCIES I TECNOLOGIA

UVIC | UVIC·UCC

EDDIE GAMES

Blau clar #989AFF	Blau fosc #2D01FD	Rosa #D995FD	Groc #FEBF1F	Blanc #FFFFFF	Negre #000000
----------------------	----------------------	-----------------	-----------------	------------------	------------------

TEMPORADA 3

Groc #FDF800	Plata #B1AB93	Bronze #D97F31	Or #E5C03E	Blanc #FFFFFF	Negre #000000
-----------------	------------------	-------------------	---------------	------------------	------------------

TEMPORADA 4

Blau fosc #2F46EA	Blau clar #C7C6FF	Blanc #FFFFFF	Negre #000000
----------------------	----------------------	------------------	------------------

WHERE IS EDDIE APP

Blau #5C5EBE	Blau fosc #363780	Vermell #ED2323	Beix #F5EDCF	Beix Fosc #C6B988	Grana #BB2F46
-----------------	----------------------	--------------------	-----------------	----------------------	------------------

Taronja #D08938	Verd #6DB853	Rosa #E0528B	Groc Fosc #EEB837	Blau clar #5B9BC2	Lila #761EE3
--------------------	-----------------	-----------------	----------------------	----------------------	-----------------

Groc #FFBA00	Blanc #FFFFFF	Negre #000000
-----------------	------------------	------------------

Tots els colors han sigut seleccionats al ser complementaris del color principal de cada temporada, que es el primer color que es mostra de cada secció, i s'han pogut trobar gràcies a la roda de colors que ens ofereix Adobe.

No obstant això pot ser que algun color tingui una modificació pujant o baixant la transparència, o superposant-hi algun element d'altres colors.



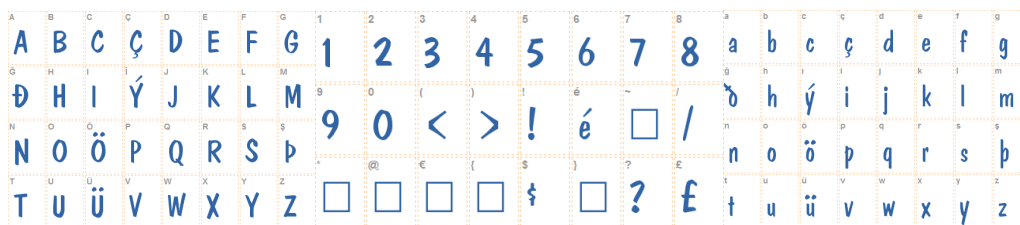
5.4. Tipografia

Respecte a la tipografia utilitzada, s'ha optat per compartir la mateixa en les temporades 3 i 4 que ha sigut quan s'ha començat a treballar la transmèdia. S'ha optat per la font **AMATIC** en el seu format regular. Aquesta tipografia s'ha utilitzat tant en les classificacions com en les publicacions a Instagram de les temporades 3 i 4 ja que és un tipus de lletra prim i elegant però alhora divertit.

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
0123456789 (!@#\$%&.,?:;)

Il·lustració 6 - Tipografia Amatic

En canvi a la secció de Eddie Games, s'ha optat per la una tipografia diferent, la **DOMINICAN** també en el seu format regular. Aquesta tipografia és més gruixuda que l'anterior i per tant més fàcil de llegir, cosa que ha sigut el detonant per utilitzar-la a les històries on no es pot ampliar per a llegir la informació i ha de ser tot molt més clar.



Il·lustració 7 - Tipografia Domini

La tipografia de l'aplicació es classifica en 5 fonts diferents, depenent del lloc que ocupin i la seva funció dintre el joc.



Per als títols s'ha utilitzat la font **ANTONIO** en el seu format regular i sense cap modificació.

abcdefghijklmnopqrstuvwxy
ABCDEFGHIJKLMNopqrstuvwxyz
0123456789 (!@#\$%&.,?::;)

II-lustració 8 - Tipografia Antonio

Els subtítols i descripcions s'han escrit amb l'**AMATIC** en el seu format en negreta i amb una modificació d'espaiat entre les lletres, donant així més espai entre elles.

abcdefghijklmnopqrstuvwxy
ABCDEFGHIJKLMNopqrstuvwxyz
0123456789 (!@#\$%&.,?::;)

II-lustració 9 - Tipografia Amatic Negreta

En els botons s'ha utilitzat la font **GILL SANS MT** en el seu format regular i sense cap modificació externa.

abcdefghijklmnopqrstuvwxy
ABCDEFGHIJKLMNopqrstuvwxyz
0123456789 (!#\$%&/. | * ` @ ' ,?::;)

II-lustració 10 - Tipografia Gill Sans MT



FACULTAT DE CIÈNCIES I TECNOLOGIA

UVIC | UVIC·UCC

L'últim grup de texts, de la interfície d'usuari són els punts més petits de l'aplicació on la lletra és molt petita i es necessita una tipografia clara i que no pugui crear confusions entre les lletres. La **MYRIAD PRO** en format regular.

abcdefghijklmnopqrstuvwxy
ABCDEFGHIJKLMNPOQRSTUVWXYZ
0123456789 (!#\$%&/.|*`@',?;:)

II-lustració 11 - Tipografia Myriad Pro

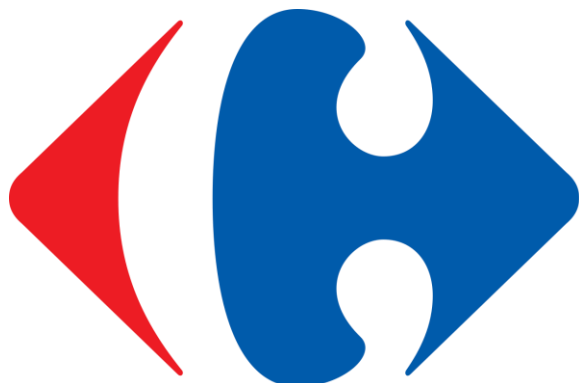
Ja com a part de disseny, s'ha utilitzat la font **28 DAYS LATER**, que s'utilitza al saló de la fama per a representar el guix de quan s'escriu sobre una pissarra.

ABCDEFGHIJKLMNPOQRSTUVWXYZ
ABCDEFGHIJKLMNPOQRSTUVWXYZ
0123456789 **28 28 28 28 28 28 28 28 28 28**  **28 28 28 28 28 28 28 28**
DAYS DAYS DAYS DAYS DAYS DAYS DAYS DAYS LATER LATER LATER LATER LATER LATER LATER LATER FONT FONT FONT FONT FONT FONT FONT FONT

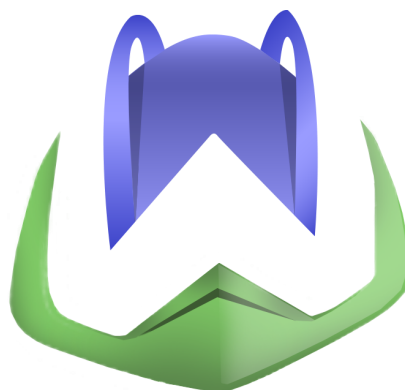
II-lustració 12 - Tipografia 28 Days Later

5.5. Logotip

El logotip de la marca està inspirat en el logotip de Carrefour, ja que utilitzen la primera lletra del nom per a crear una imatge on a simple vista no s'aprecia aquesta lletra.



II-lustració 13 - Logotip Carrefour



II-lustració 14 - Logotip Where is 26 Eddie



El logotip s'ha dissenyat amb Adobe Illustrator per a fer la silueta i a continuació s'hi ha donat color i els efectes de volum, ombres i il·luminació amb Adobe Photoshop.



Il·lustració 15 - Logotip Temporada 1



Il·lustració 16 - Logotip Temporada 2



Il·lustració 17 - Logotip Temporada 3



Il·lustració 18 - Logotip Temporada 4

Les dues temporades de *WIE* prèvies al projecte, tenien uns logotips on hi predominava el color negre i vermell respectivament, és per això que s'ha optat per seguir la dinàmica de canviar els colors cada temporada i s'han seleccionat el groc per a la tercera, i el blau a la quarta.



A la temporada dos es va començar a utilitzar l'Eddie al logotip per a que la gent sàpigues de bon principi a qui buscava, i també es va fer visible el fet de que el personatge sobresurt del fons de la imatge, quedant ell per davant dels cartells.

El mateix s'ha incorporat a aquestes dues noves temporades, l'Eddie surt de forma més notable encara del cercle creat per a donar a entendre inconscientment a l'usuari que l'estan buscant ja que aquest cercle fa referència a les llums dels helicòpters policials quan busquen a algú.

S'ha passat a utilitzar la font Amatic ja que com s'ha comentat anteriorment, li dona un toc elegant però alhora divertit ja que el que es busca també és la diversió dels usuaris mentre juguen.

La ultima modificació que s'ha realitzat al logotip de la quarta temporada ha sigut suprimir el fons, per a fer notar encara més l'efecte de que l'Eddie esta sortint del cercle i iniciant el canvi de plataforma cap als dispositius mòbils.



II-lustració 19 - Logotip Mini jocs

A part de tots els logotips dissenyats per a les temporades i l'aplicació, a l'haver-se creat la secció de mini jocs, s'ha dissenyat un logotip per a aquesta. El qual és diferent als de les temporades i al de la aplicació ja que es vol distingir com a un apartat nou de *WIE*.



5.6. Disseny aplicació

Per al disseny de l'aplicació s'han seguit un conjunt de pautes per tal de fer un joc homogeni i alhora amb una interfície fàcil i intuïtiva per als usuaris.

A més a més s'ha creat un personatge en format còmic de l'Eddie que va acompanyant a l'usuari tota l'estona en el seu recorregut dins el joc per a guiar-lo i donar consells. Aquest personatge s'ha creat amb l'ajuda de l'aplicació Bitmoji que ofereix la possibilitat de crear diferents imatges on el personatge fa tota mena d'accions i es pots personificar com es desitgi.



Il·lustració 20 - Bitmoji
Eddie

S'ha optat per un menú inferior dividit en 5 seccions com s'ha pogut observar en el marc teòric.



Il·lustració 21 - Menú Where is Eddie



FACULTAT DE CIÈNCIES I TECNOLOGIA

UVIC | UVIC·UCC

Aquest menú consta d'un apartat per a la botiga, on els usuaris podran comprar bonificacions individuals i paquets de bonificacions. Una secció on es mostren les normes i com es reparteixen els punts entre els usuaris, i a més a més es pot veure en persona qui és l'Eddie.

La secció principal és on es desenvolupa tot el joc. Allà es pot veure el perfil de l'usuari, jugar a la ruleta de la sort un cop al dia, veure les missions que hi ha per completar i guanyar bonificacions i jugar a buscar a l'Eddie.

La quarta secció del menú és la classificació, on hi pots veure els punts i classificació que porten tots els jugadors, o bé crear una llista per a competir amb els teus amics.

L'últim punt, és el saló de la fama, allà s'hi recull la informació de tots els guanyadors de cada temporada, on es pot veure qui són i a l'entrar en detall, es poden observar els punts que va fer, els cops que va guanyar dins d'aquella temporada i els podis que va aconseguir.

El joc a més a més consta d'un menú d'Inici de Sessió i una part de Registre per a crear un usuari en cas que sigui el primer cop que es juga.

Pel que respecte al disseny, els botons sempre segueixen un mateix estil de un degradat del mateix color, combinant dues tonalitats, una part inferior amb un color totalment oposat i la lletra o icones al mig.



Il·lustració 23 - Botó Play Where is Eddie



Il·lustració 22 - Botó ruleta Where i Eddie



Tots els botons segueixen el mateix estil, excepte els de Registre, Inici sessió i Sortida de la sessió, ja que es vol que l'usuari els identifiqui com a funcions diferents, funcions de gestió d'usuari i no de part del joc.



II-lustració 25 - Boto registre Where is Eddie



II-lustració 24 - Botó Log Out Where is Eddie

Aquests botons, també disposen d'un degradat, però el color inferior no és oposat sinó que és el color del botó, però més clar.

Per al que fa a la secció del perfil d'usuari, aquesta es divideix en tres parts, la imatge de perfil, el nom d'usuari i les estadístiques del jugador.

Les estadístiques es diferencien en nivell (corones), punts (estrelles) i vides (lupes). Cada una de les icones ha sigut dissenyada d'acord a la seva funció, i el fons d'aquesta secció és d'un color totalment diferent al del fons de l'aplicació per a que l'usuari pugui veure ressaltat el seu perfil en tot moment.



II-lustració 26 - Resum perfil usuari

Gairebé tota l'aplicació utilitza el mateix estil de fons, un fons de color blau clar, amb el logotip superposat, de color una mica més fosc, que es mostra en gran a tota la pantalla.



FACULTAT DE CIÈNCIES I TECNOLOGIA

UVIC | UVIC·UCC

Els únics casos en que no es comparteix aquest fons són, a l'apartat de registre i inici de sessió, on s'utilitza una imatge d'una paret de maó de fons, representant que no es pot entrar al joc fins que et registris, i la secció del saló de la fama, on el fons és una pissarra negra, on els elements de sobre representen els millors alumnes de cada promoció.



Il·lustració 27 - Fons gestió d'usuaris



Il·lustració 28 - Fons general aplicació



Il·lustració 29 - Fons saló de la fama

La pantalla de carrega és el logotip de la temporada en la que s'està jugant, per tant anirà canviant cada cop que se'n comenci una nova.

Tots els elements de l'aplicació han sigut dissenyats i elaborats amb els programes d'Adobe Photoshop i Adobe Illustrator, excepte el personatge de Bitmoji i les dues imatges de fons del saló de la fama i l'apartat de registre. Aquestes dues últimes han sigut imatges extretes del repositori d'imatges gratuïtes Unsplash i posteriorment editades.



5.7. Disseny xarxes socials

Per al disseny de les xarxes socials s'ha optat per utilitzar el mateix estil en totes, utilitzant d'aquesta manera com a logotip, el logotip de la temporada que s'està duent a terme en cada moment, i en el lloc de la capçalera una imatge igual per a totes on es mostra l'Eddie buscant en una ciutat i el nom i la frase destacada del joc al mig de la pantalla.

S'utilitzen tons en blanc i negre per a tot excepte el títol i la frase ja que se l'hi vol donar importància al nom a les xarxes socials perquè a la gent li generi un impacte i li quedi constància el nom del joc i no qualsevol altre element de la fotografia.

La capçalera s'ha adaptat a cada plataforma per a poder complir els requisits de les mides necessàries per a publicar una bona imatge, sense talls ni repeticions.



Il·lustració 30 - Capçalera Xarxes



FACULTAT
**DE CIÈNCIES
I TECNOLOGIA**

UVIC | UVIC·UCC

Capítol 4



6. Pla de negoci

6.1. Xarxes socials

6.1.1. Twitter

El Twitter de WIE s'ha plantejat com la xarxa principal de comunicació més propera amb els usuaris, on es publicaran notícies sobre els nous esdeveniments, s'animarà als usuaris a provar el joc a Instagram i s'utilitzarà un vocabulari més proper per tal de tractar-los de tu a tu i crear un vincle especial entre la marca i l'usuari.

Es publicarà gairebé cada dia des de que s'obri i s'intentarà mantenir una interacció amb els seus seguidors per tal de guanyar-se la seva confiança i poder així crear aquest vincles especial.

6.1.2. Facebook

Facebook s'adreça principalment al públic entre 40 i 65 anys o més, ja que hi ha un gran nombre elevat d'usuaris que no tenen Instagram i per tant encara no coneixien o no podien jugar al joc.

Al Facebook es comprarà els posts d'Instagram perquè així puguin arribar a un nombre més gran d'usuaris i començar a generar curiositat als que vulguin jugar i no tinguin Instagram.

El to i llenguatge d'aquest perfil és més educat i s'animarà als usuaris a compartir el seu joc als seus perfils, però no crea es un vincle tant proper com amb Twitter.

6.1.3. YouTube

La plataforma de YouTube s'ha dissenyat per a publicar anuncis sobre les novetats del joc, ja sigui la sortida de l'aplicació al mercat o el començament d'una nova



temporada. A més a més s'incorporarà una sèrie on s'ensenya com s'han fet i es fan els posts d'Instagram i tota l'edició d'imatge i preparació que hi ha al darrere de cada publicació.

Aquesta xarxa s'utilitzarà per a penjar vídeos curts però explicatius i on s'animi a la gent a participar i provar el joc. Aquests vídeos també es compartiran (en format reduït) a Instagram quan deixi de ser la pàgina principal del joc i passi a formar part de les xarxes socials d'aquest.

6.1.4. Instagram

Instagram és la xarxa social on tot va començar, és la que té els seguidors, i on es realitza el joc. Però com sortirà l'aplicació, i aquesta xarxa passarà a ser un canal d'informació i no de joc, s'aniran fent petites modificacions per a que l'usuari s'hi vagi adaptant progressivament i no noti un canvi molt brusc.

Primer de tot es va decidir començar a crear uns mini jocs a les històries i no publicar tant sovint per a que la gent s'acostumi a no veure el joc a Instagram sinó que vegin que és més un canal de comunicació.

Tanmateix, es va optar per començar a publicar notícies de les pròximes temporades com a post per tal d'informar i no com a part del joc que es feia anteriorment.

Per acabar de donar el pas a l'aplicació es va decidir fer públic el llançament d'aquesta per a dispositius mòbils i ensenyar com serà el Logotip i explicar com funcionarà per a que la gent vagi agafant la idea de que tot passarà cop a l'aplicació i Instagram serà un perfil més com els de Facebook, Twitter o YouTube.

6.1.5. Altres

Abans de decidir si utilitzar només aquestes quatre xarxes socials, es va mirar les opcions de Pinterest , Tic-Tok i Snapchat ja que són aplicacions per a compartir



imatges i petits vídeos però es van acabar descartant ja que no s'utilitzen tant per a informar com a empresa sinó que es centren més en la interacció entre usuaris.

No obstant això, no es descarta la futura implementació d'alguna d'aquestes ja que en el cas de Pinterest es podrien publicar consells o idees per a disfresses de l'Eddie o anunciar merchandising de cara a noves temporades.

El cas de Snapchat es va valorar més profundament ja que és una xarxa molt utilitzada a l'hora de comunicar informació immediata, però es va acabar rebutjant ja que a Espanya i Catalunya, casi no s'utilitza l'aplicació i no es va creure convenient crear un perfil de l'Eddie encara. Tot i que en un futur és molt probable que el veiem cobrar vida a Snapchat i interactuar amb els seus amics i seguidors.

6.2. App

L'objectiu de l'aplicació és portar el joc a un altre nivell, donant opció a l'entrada de nous usuaris i oferint la possibilitat de jugar a diversos modes de joc (buscar a l'Eddie i diversos mini jocs), a més a més de poder competir contra els teus amics i no només competint a nivell global com fins ara a Instagram.

6.3. Merchandising

A part de tot el contingut creat a les xarxes i per a l'aplicació, per al guanyador de cada temporada i el de la gran final, es crearà un paquet de material de WIE, que inclourà tota mena de merchandising, des de tasses, passant per peces de roba fins a l'opció de donar-li vida a algun element de dins el joc (monedes, estrelles, Eddie, etc).



7. Resultats

7.1. Xarxes socials

Les xarxes socials han jugat un paper molt important a l'hora de promocionar la nova aplicació ja que han permès a WIE arribar a un públic que fins al moment no sabien ni de l'existència d'aquest.

7.1.1. Twitter

Twitter ha sigut l'eina que s'ha utilitzat per a compartir informació de tu a tu amb els usuaris, però aquesta no ha tingut gaire repercussió ja que només s'han pogut publicar imatges de les temporades anteriors, anuncis sobre el llançament de la nova aplicació i avisos de quan es penjava un post a Instagram.

De cara al futur, s'intentarà que aquest sigui el canal principal de comunicació amb els usuaris, i on s'hi revelaran les sorpreses més inesperats del joc. No obstant això de moment seguirà tenint el mateix grup de continguts i poc a poc anirà agafant força.



II-lustració 31 - Perfil Twitter Where is Eddie



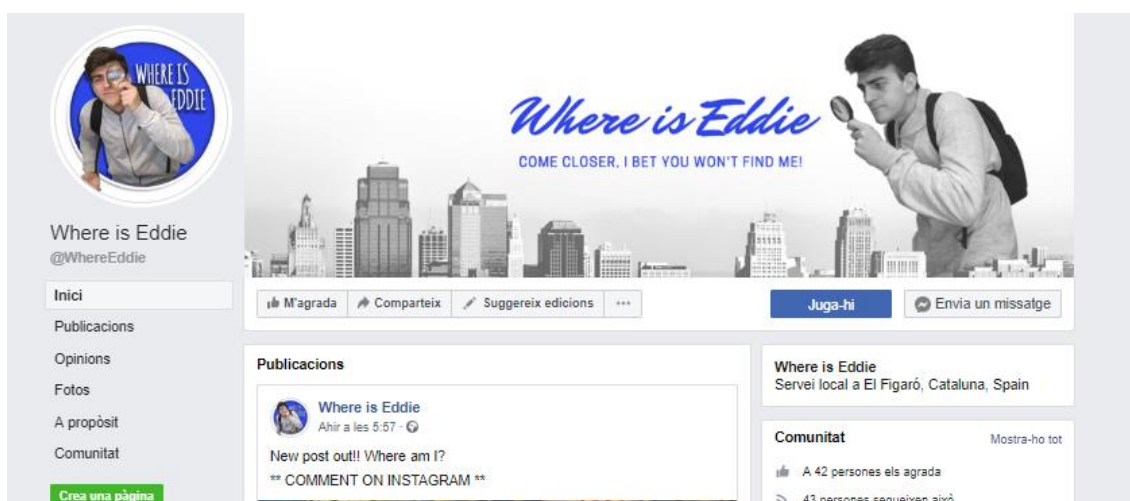
7.1.2. Facebook

La pàgina de Facebook ha sigut la que ha generat més impacte fins al moment, ja que com havíem vist al punt anterior on analitzàvem l'estratègia transmèdia de WIE, és la xarxa amb menys usuaris d'Instagram ja que el seu públic principal va dels 40 als 65 anys o més.

És per això que la gran majoria de les persones que han vist la pàgina no tenien coneixement de l'existència del joc i ha generat un molt bon impacte en aquest sector, aconseguint més de 40 m'agrada de gent que no havia participat mai al joc d'Instagram en un sol dia.

Al Facebook s'hi ha publicat informació sobre el nou llançament del joc, s'han compartit els posts d'Instagram relacionats amb el joc, i s'han compartit imatges antigues del joc per a que tot aquest públic que no ho coneixia, pugui practicar i així de pas generar una bona expectativa i il·lusió de cara a l'aplicació per a mòbils.

Un apunt important en quant al disseny del perfil de Facebook, és que en primera instància es va plantejar pujar un vídeo a la capçalera ja que Facebook ho permet, però s'ha acabat optant per la imatge ja que així totes les xarxes comparteixen un mateix estil.



II-lustració 32 - Perfil Facebook Where is Eddie

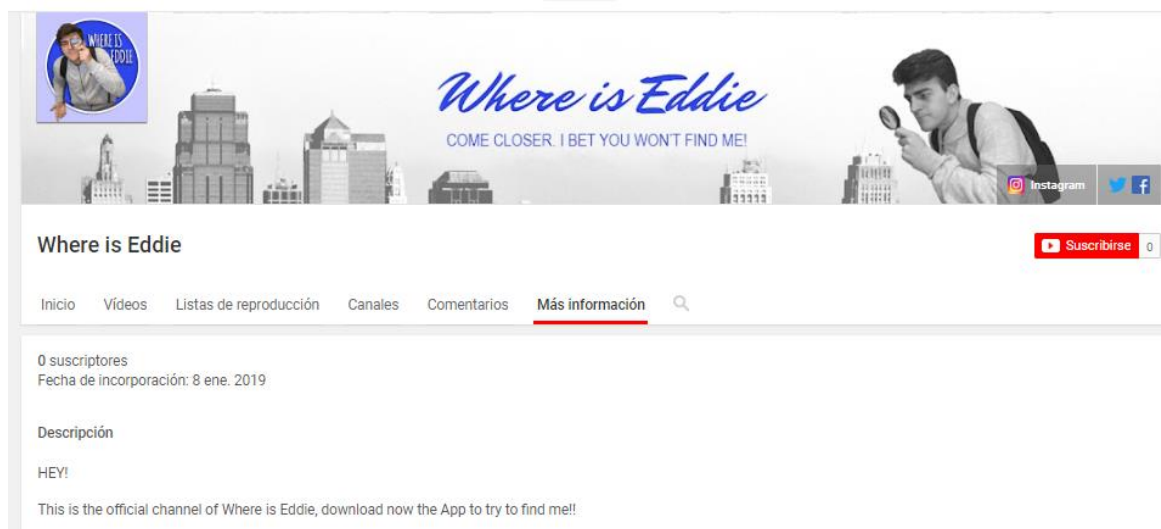


7.1.3. YouTube

YouTube ha sigut la xarxa que menys èxit ha tingut fins al moment, tot i que ja era d'esperar ja que gairebé no s'hi ha pogut penjar contingut.

L'objectiu d'aquest canal és promocionar l'aplicació per tant, començarà a tenir un pes important més endavant, quan surtin nous esdeveniments, o es vulgui compartir un vídeo a Instagram o les altres xarxes, que primer es penjarà a YouTube i seguidament es compartirà amb la resta.

El que sí que és important al canal és el fet de compartir la resta de xarxes al perfil, perquè tothom qui hi entri pugui veure la resta de contingut i arribi a interessar-se per el joc.



Il·lustració 33 - Compte Youtube Where is Eddie

7.1.4. Instagram

Instagram ha seguit sent el centre del joc, incorporant fins a dues temporades noves, i totes les novetats disponibles fins al moment. S'hi ha seguit publicant les fotografies, les classificacions, s'ha incorporat els mini jocs, i ha servit de canal de promoció de les altres xarxes socials.



La temporada 3 i 4 s'han dissenyat únicament per a Instagram, anunciant-les com a les últimes disponibles en aquesta plataforma. S'han creat els logotips d'acord a cada una d'elles, respectant els cànons del joc.

A aquesta xarxa s'hi ha publicat els mini jocs també, que han tingut una molt bona rebuda per part dels usuaris i han donat un aire diferent al perfil d'Instagram.

Durant tot aquest projecte, s'ha vist que a l'interactuar amb el públic i generar vincles, aquests responen encara creant més contingut i fent créixer la marca, és per això que a la quarta temporada, s'ha decidit respondre alguns dels comentaris que es fan als posts del joc per a tal de generar aquests vincles. A més a més amb les històries i els mini jocs també s'ha aconseguit generar aquests llaços ja que a tot arreu havien de respondre preguntes o generar una mínima interacció amb el perfil.

7.2. App

Tota la part de programació i muntatge de l'aplicació s'ha realitzat amb el programa Unity3D, i el llenguatge C#.

Per a poder fer la part de registre i vincular-ho a la base de dades de Google Firebase, s'han hagut d'importar paquets creats per el mateix Unity i extrets de la seva documentació web.

S'han utilitzat sons, per als clics dels botons, el gir de la ruleta i la música de fons, animacions per a fer girar la ruleta, diferents tipografies com s'ha comentat al punt anterior, moltíssimes imatges, que són la base de l'aplicació ja que tot el disseny. Aquestes imatges s'han creat prèviament i s'han implementat com a imatge dels botons o fons dels panells. També s'han utilitzat diverses escenes, per a poder



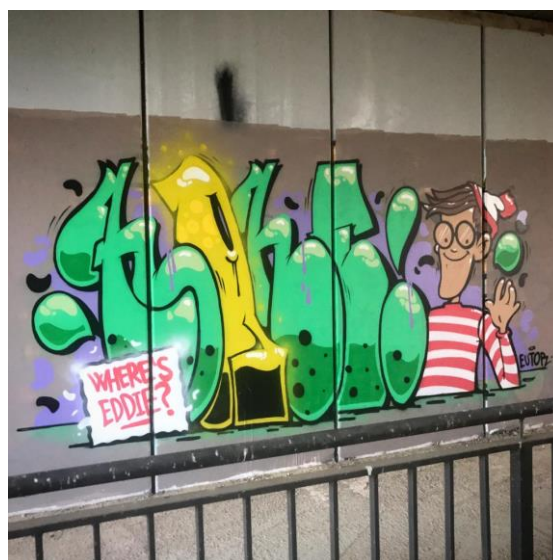
treballar i moure's correctament entre els diversos punts de l'aplicació, i diferents scripts, per a les funcions de l'aplicació en cada escena.

Tota la part de programació s'ha generat de coneixement propi amb l'ajuda d'alguns vídeos de YouTube, i la documentació de Unity.

7.3. Transmèdia creat per els usuaris

Gràcies a l'haver realitzat dues temporades a Instagram, abans de començar el projecte transmèdia, ja hi havia una mica de coixí a l'hora de tenir una transmèdia, i és que els propis usuaris, van ser els que van començar a crear elements transmèdia. Des de saludar al seu creador i persona que dona cara al personatge de l'Eddie, com a Eddie i no per el seu nom real, passant per trobar-se amb rivals de futbol que al comunicar-se amb els companys d'equip es referien a ell com a Eddie, fins al punt de crear grafits fent referència al joc.

Aquest últim punt, els grafits, van ser creats per l'artista NONE, el qual va fer el grafit amb el seu nom, i la temàtica era "Buscando a Wally" però en ves de posar buscando a wally, va posar.hi "Where is Eddie" fent referència al joc.



II-lustració 34 - Grafit de l'artista NONE



8. Línies de futur

Gràcies a haver realitzat aquest projecte, les línies de futur ara estan molt clares i ben estructurades, tant en les xarxes socials com en l'aplicació, fent més amena la feina que vindrà.

Com a possibles millores de l'aplicació, i les quals tindran una futura implementació, hi trobem el disseny en si de l'aplicació, ja que s'hauria de seguir encara més un estil bàsic i centrar-se molt en la usabilitat a l'hora de jugar. També s'hi afegiran nous elements a la botiga, i la opció de comprar-los que a dia d'avui, encara no està habilitada la compra. Respecte a l'aplicació les noves millores que s'aniran incorporant seran petits canvis en la dinàmica dels jocs i alguna que altre opció nova de cara a aconseguir bonificacions.

El punt més important de l'aplicació és la publicació a les botigues d'Android i Iphone, ja que de moment només s'hi pot accedir mitjançant un enllaç de descarrega.

Un cop acabades les temporades, es realitzarà una gran final on hi participaran només els guanyadors de les temporades que s'hagin disputat fins al moment, que també es realitzarà a dins l'aplicació.

Referent a les xarxes socials, aquestes començaran a tenir molta més activitat i es crearan campanyes de publicitat a Facebook i Instagram, que ja s'han començat a preparar a una altre assignatura cursada aquest any.

9. Conclusions

Aquest projecte, ha sigut un molt bon primer pas de cara a la creació i extinció de la marca de WIE, ajudant a planificar, crear i publicar els elements bàsics que es desitjaven. S'han activat les xarxes socials i s'ha creat una primera versió de l'aplicació per a dispositius mòbils, i tot i no haver pogut implementar el joc en



Realitat Virtual que es va comentar a la primera proposta del projecte, aquest s'acabarà duent a terme.

L'experiència de poder crear un projecte d'aquest nivell i amb uns resultats considerablement bons, m'ha ajudat molt a millorar tant en la part de programació, que portava més fluixa, com en l'apartat de disseny, on ja hi tenia molta més experiència prèvia.

L'execució d'aquest projecte transmèdia, a més a més, m'ha ajudat a poder desenvolupar de forma professional una passió que tenia fa ben poc com a hobby, i que ara s'ha convertit en part de la meva vida professional, i de ben segur que hi seguirà durant molt de temps.

S'han obtingut uns resultats molt satisfactoris i que serviran de base per a poder continuar amb el projecte posteriorment, fent encara créixer més la marca i qui sap si algun dia, arribant a competir per un bon lloc en el mercat.



10. Bibliografia i Webgrafia

Ace X(11 d'Octubre de 2016). *The History of Youtube*. Recuperat el 5 de Març de 2019, de <https://www.engadget.com/2016/11/10/the-history-of-youtube/>

Boyd J.(25 de Gener de 2019). *The History of Facebook: From BASIC to Global Giant*. Recuperat el 3 de Març de 2019, de <https://www.brandwatch.com/blog/history-of-facebook/>

Clash Royale.(2 de Març de 2016) *Now Available EVERYWHERE!* Recuperat el 25 de Febrer de 2019, de <https://clashroyale.com/blog/news/clash-royale-global-launch>

Greiner A.(1 de Febrer de 2019). *FACEBOOK AT 15: HOW A COLLEGE EXPERIMENT CHANGED THE WORLD*. Recuperat el 3 de Març de 2019, de <https://edition.cnn.com/interactive/2019/02/business/facebook-history-timeline/index.html>

Municio P.(4 de Desembre de 2018). *Brawl Stars Ilegará el próximo 12 de diciembre*. Recuperat el 25 de Febrer de 2019, de https://esports.as.com/bonus/videojuegos/Brawl-Stars-fecha-lanzamiento-diciembre_0_1196880305.html

Picard A.(20 de Març de 2011). *The history of Twitter, 140 characters at a time*. Recuperat el 3 de Març de 2019, de <https://www.theglobeandmail.com/technology/digital-culture/the-history-of-twitter-140-characters-at-a-time/article573416/>



FACULTAT
DE CIÈNCIES
I TECNOLOGIA

UVIC | UVIC·UCC

Pratten R.(20 d'Agost de 2015). *Getting Started in Transmedia Storytelling - 2nd Edition*. Recuperat el 3 de Març de 2019, de

<https://www.slideshare.net/ZenFilms/getting-started-in-transmedia-storytelling-2nd-edition>

The History of Instagram.(10 d'Agost de 2018). Recuperat el 3 de Març de 2019, de <https://instazood.com/blog/the-history-of-instagram/>

Vicente J.(15 de Novembre de 2017). *DATOS CURIOSOS QUE NOS DEJA EL 5º ANIVERSARIO DE CANDY CRUSH*. Recuperat el 25 de Febrer de 2019, de

https://los40.com/los40/2017/11/15/videojuegos/1510749599_809283.html



Annex



Il·lustració 35 - Pantalla càrrega Clash Royale

Títol: CLASH ROYALE

Data de llançament : 2 de Març de 2016

Desenvolupador: SUPERCELL

Valoració: 4.5/5 Play Store

4.6/5 App Store

Sinopsis: Videojoc de defensa de torres que enfronta a dos o quatre jugadors (1vs1 o 2vs2) a una partida de 3 minuts on han d'aconseguir tirar el màxim nombre de torres del rival utilitzant unes cartes seleccionades prèviament, que donen unes habilitats diferents en combat.

Premis:

- Millor joc - Google Play awards 2016
- British Academy Games Awards 2017
- International Mobile Gaming Awards 2016 i 2017
- Finnish Game Awards 2017

Pàgina web: <https://clashroyale.com/>

El joc de Clash Royale és un joc molt intuïtiu, amb un menú inferior dividit en 5 seccions que inclouen una botiga, el menú de selecció de cartes, la pàgina principal, un menú de selecció de clans i els torneigs disponibles.



Il·lustració 36 - Menú Clash Royale



FACULTAT DE CIÈNCIES I TECNOLOGIA

UVIC | UVIC·UCC

Un altre aspecte molt positiu quant al disseny i elements de l'aplicació és el fet de donar recompenses diàries i premis per completar missions, cosa que fa que els jugadors tinguin més ganes de guanyar i aconseguir recompenses extres.



Il·lustració 37 - Missions Clash Royale

L'última extracció de l'aplicació per a l'obtenció d'idees i generar una guia a l'hora de crear l'aplicació de WIE, és l'apartat de rànkung d'amistats on es poden veure els marcadors dels teus amics i fer una comparativa amb els teus punts obtinguts, generant així una rivalitat entre amics que pot ser més propera i real a la que es pugui tenir amb la resta d'usuaris del món.



Il·lustració 38 - Rànkung Clash Royale

L'Instagram d'aquest joc, utilitza sempre imatges de personatges del mateix joc i crea interacció amb els usuaris donant vida als personatges. A més a més anuncien els pròxims esdeveniments i actualitzacions amb publicacions.



Per contra, no utilitzen històries fixes ni segueixen una dinàmica de color o tonalitat específica que fa un perfil més vistós i compacte.

Respecte a la pàgina de Facebook, hi publiquen notícies sobre la seva aplicació i generen una interacció molt bona amb els usuaris penjant vídeos i imatges de com fan certes parts del joc (creació i disseny d'una carta, retransmissió de partides, o emissions en directe d'algun torneig).

El Twitter l'utilitzen pel mateix que el Facebook a l'hora de publicar notícies i anunciar contingut del joc, però a més a més, creen un vincle més proper amb els usuaris fent petits recordatoris d'actualitzacions o cartes noves disponibles que han sortit al joc.

Ja per acabar, a YouTube s'hi poden trobar vídeos de petites explicacions de les noves actualitzacions o esdeveniments pròxims, tot i que també de tant en tant hi publiquen algun vídeo resum dels torneigs que creen.



Il·lustració 39 - Pantalla càrrega Brawl St

Títol: BRAWL STARS

Data de llançament : 15 de Juny de 2017

Desenvolupador: SUPERCCELL

Valoració: 4.5/5 Play Store

4.8/5 App Store

Sinopsis: Joc multi jugador de 3 contra 3 on s'han d'anar recollint diverses gemmes que apareixen a la partida i intentant eliminar als teus rivals. El primer equip a recol·lectar-ne 10 i mantenir-les durant 15 segons serà el guanyador.

Premis:

- Nominació British Academy Games Awards

Pàgina web: <https://blog.brawlstars.com>

Ens trobem amb un joc que es juga en horitzontal i sense menú inferior, només disposa de diversos botons per anar a les funcions de jugar partida, veure el perfil, afegir amics a jugar amb nosaltres i algunes altres opcions en botons laterals com ara la botiga i la selecció de personatges disponibles.

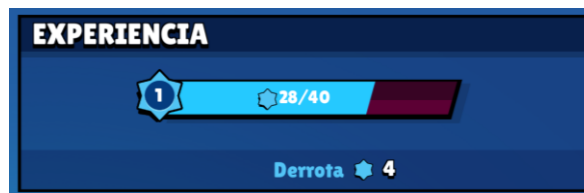


Il·lustració 40 - Botiga Brawl Stars

Un gran aspecte, és el fet de donar diverses ofertes per temps limitat a la botiga, així els usuaris poden disposar de majors recompenses a un preu especial i d'aquesta manera generar més microtransaccions que ajuden a generar més ingressos al joc.



Un altre aspecte a tenir en compte és el fet de donar experiència cada cop que es juga i generar un rànquing per nivells, on els usuaris podran competir amb els seus amics per a veure qui aconsegueix ser el nivell més alt.



Il·lustració 41 - Experiència usuari Brawl Stars

Quant a xarxes socials, en ser un joc de la mateixa empresa que l'anterior, les tenen molt semblants i ben estructurades.

L'Instagram l'utilitzen per a penjar anuncis de nous esdeveniments o nous personatges, però sense utilitzar una temàtica de colors en concret però en aquest cas sí que destaquen històries relacionades amb el joc i generen interacció amb qüestionaris dins d'Instagram.

La pàgina de Facebook és bastant activa i hi publiquen principalment notícies sobre esdeveniments o presentacions de nous personatges. També generen contingut de com si els personatges tinguessin una vida fora del joc per a interaccionar amb l'usuari.

El seu perfil de Twitter l'utilitzen per a fer sorteigs i per anunciar tasques de manteniment o nous personatges que han sortit, ja que és el canal més directe i on els usuaris poden trobar la informació més recent sobre el joc.

El canal de YouTube l'utilitzen per a penjar vídeos curts sobre nous personatges o esdeveniments que han creat dins el joc.



FACULTAT DE CIÈNCIES I TECNOLOGIA

UVIC | UVIC·UCC



Il·lustració 42 - Pantalla càrrega
Rumble Stars

El joc de Rumble Stars té una eina que fins ara no s'havia trobat a cap altra aplicació o joc analitzat. Aquesta és un personatge d'ajuda per a poder-te guiar i crear un vincle entre l'aplicació i l'usuari que li produirà un vincle diferent i especial.



Il·lustració 43 - Ajuda Rumble Stars

Títol: RUMBLE STARS

Data de llançament : 30 d'Abril de 2019

Desenvolupador: FROGMIND

Valoració: 4.2/5 Play Store

4.6/5 App Store

Sinopsis: Joc de futbol multi jugador de 1 contra 1. Es tracta d'anar desplegant varis jugadors dins el camp, amb un temps de vida limitat, que tenen certes habilitats i has d'intentar marcar un gol a l'equip contrari. El primer en marcar-ne 3 guanya la partida.

Premis:

- Sense premis

Pàgina web: <https://www.rumblestars.com/>



FACULTAT DE CIÈNCIES I TECNOLOGIA

UVIC | UVIC·UCC

Aquest joc també disposa d'una secció de botiga on s'hi fan diverses ofertes com hem vist amb el Clash Royale.



Un aspecte molt important és el fet de poder visualitzar el teu perfil i les teves estadístiques en el joc, i aquí ho han aconseguit generant un panell on se't mostra tota la informació que necessites saber per a poder millorar el teu joc. A més a més et mostren un resum de les teves estadístiques al llarg del joc.

Il·lustració 44 - Perfil Rumble Stars

Un punt molt positiu d'aquest joc és les referències que fan de les seves xarxes socials dins el joc, donant enllaç a la seva pàgina de Facebook, Twitter, canal de YouTube i també a Reddit i Discord.



Il·lustració 45 - Xarxes Socials Rumble Stars

Al ser un joc molt nou no tenen gaire activitat a les xarxes, és per això que a Facebook hi trobem només posts que fan ells mateixos sobre esdeveniments i premis que donen dins el joc.

El que més sorprèn és el seu Twitter, ja que no hi publiquen gairebé, només donen Retuit i comparteixen informació d'altres perfils. Això és un punt que no se seguirà de la mateixa manera al perfil de Twitter de WIE.

El seu canal de YouTube, tot i tenir més d'un milió de visualitzacions, només conté tres vídeos, i són tots tres tràilers de l'aplicació.



Il·lustració 46 - Pantalla càrrega Candy Crush

Títol: CANDY CRUSH SAGA

Data de llançament : 12 d'Abril de 2012

Desenvolupador: King Digital Entertainment

Valoració: 4.5/5 Play Store
4.7/5 App Store

Sinopsis: Els jugadors han de completar nivells ajuntant tres o més figures del mateix color eliminant-les del taulell i generant-ne de noves utilitzant ajudes i bonificacions obtingudes prèviament.

Premis:

- People's Choice Awards for Favourite Mobile Game 2016
- Guanyador de la novena edició dels "International Mobile Gaming Awards."

Pàgina web:

<https://king.com/game/candycrush>

El joc de Candy Crush és un joc molt complert, conté competicions entre amics, bonificacions i ajudes, recompenses en completar nivells, un nombre de nivells gairebé infinits i un gran ventall de possibilitats que ha anat desenvolupant al llarg dels anys.

Però d'aquest joc ens centrarem especialment en la seva Ruleta de bonificacions, que permet als usuaris aconseguir algunes bonificacions extra cada 24 hores i així ajudar-los a passar els nivells més difícils del joc.



Aquesta ruleta serà de gran utilitat a l'hora de realitzar l'aplicació de WIE ja que ens proporcionarà una mostra exemplar de com fer que els usuaris segueixin jugant al teu joc i amb ganes de superar els nivells més difícils, proporcionant-los petites ajudes un cop al dia.



Il·lustració 47 - Ruleta Candy Crush

Les xarxes socials de Candy Crush estan molt ben treballades, podem observar que al seu perfil d'Instagram totes les fotografies i vídeos tenen una relació entre elles, compartint elements que quan els mires des del perfil fan que sembli tot una única publicació. A més a més utilitzen l'eina de fixar històries per destacar i ordenar tots els continguts que comparteixen.

El seu Facebook és la seva xarxa social principal, allà va ser on va començar el joc i hi comparteixen vídeos promocionals, imatges relacionades amb el joc i informació sobre noves ofertes o esdeveniments.

Al Twitter hi publiquen anuncis sobre nous nivells i també esdeveniments o ofertes que van posant al joc per així poder arribar al màxim de gent possible des de totes les xarxes socials, no estancant-se només a Facebook.

El seu canal de YouTube està ple de vídeos curts d'entre 30 segons i un minut on expliquen una petita història sobre els personatges del seu joc.



Il·lustració 48 - Pantalla càrreg
Golf Battle

Títol: BATTLE GOLF

Data de llançament : 2018

Desenvolupador: Miniclip SA

Valoració: 4.4/5 Play Store

4.6/5 App Store

Sinopsis: Joc de Golf Online, on 6 jugadors competeixen per encertar la pilota al forat amb el mínim nombre de moviments.

Premis:

- Sense premis

Pàgina web:

<https://www.miniclip.com/games/battle-golf-online/en/>

El joc de Golf Battle conté un menú inferior amb cinc opcions, que ja hem vist en altres jocs anteriorment i és molt útil i intuïtiu a l'hora d'organitzar la informació per seccions.



Il·lustració 49 - Menú Golf Battle

Aquest joc també conté una espècie de ruleta com la del Candy Crush però en aquest cas el premi depèn de les habilitats de l'usuari, donant millors premis com més s'apropi al forat on ha d'acabar la pilota.



Il·lustració 50 - Bonus gratis Golf Battle

A més a més tenen la possibilitat de veure el perfil d'usuari amb els detalls del seu joc, victòries acumulades, monedes guanyades, experiència, etc.

A l'apartat de botiga hi tenen ofertes segmentades pels diferents grups de compradors, i organitzades per categories, depenent del que vulguin comprar, gemmes, monedes, bonificacions o cartes noves.

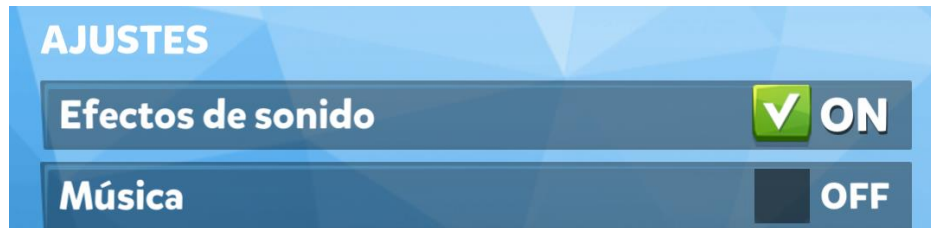
Un dels premis que crida més l'atenció és el fet de poder guanyar monedes competint contra els teus amics, i al final de cada temporada es reparteixen premis depenent de la posició de cada jugador.



Il·lustració 51 - Rànquing Golf Battle



Ja per acabar amb el joc de Battle Golf, una gran aplicació que tenen dins les opcions del perfil d'usuari, és el fet de poder activar o desactivar la música i els sons que produeix el joc per així no haver d'abaixar el volum cada cop que es vulgui jugar en silenci.



II·lustració 52 - Configuració Golf Battle

Respecte a les seves xarxes socials, només disposen de Facebook fins al moment on s'hi publiquen vídeos de gent jugant a golf real, o publicacions relacionades amb el golf, i també publicitat seva sobre les novetats del joc o esdeveniments pròxims.

Com que no disposen d'un perfil de Twitter, Instagram i un canal de YouTube, no s'ha pogut analitzar la resta de xarxes socials que s'utilitzaran per al projecte transmèdia de WIE.



Il·lustració 53 - Pantalla càrreg
Dónde está Javier?

Títol: DÓNDE ESTA JAVIER

Data de llançament : 15 Setembre 2017

Desenvolupador: MDS Digital

Valoració: 3.4/5 Play Store

3.0/5 App Store

Sinopsis: L'usuari ha de buscar en Javier a través de varis nivells, on va rebent pistes per a guiar-se en cas de no saber per on buscar.

Premis:

- Sense premis

Pàgina web:

<http://www.dondeestajavier.com/>

Aquest joc seria el més semblant en quant a temàtica sobre el que vol arribar a ser WIE. El joc en sí només te dues opcions, trobar en Javier (personatge principal) o bé trobar a altres personatges. Et mostren diferents nivells que has d'anar desbloquejant a mesura que es juga.

D'aquest joc en podem treure una part molt bona i que serà de gran ajuda com el fet de marcar amb un dibuix o icona el lloc que no han encertat correctament on està en Javier, donant una gran visibilitat a l'hora de saber els intents que has fet i per on has buscat.



Il·lustració 54 - Botó error Dónde está Javier'



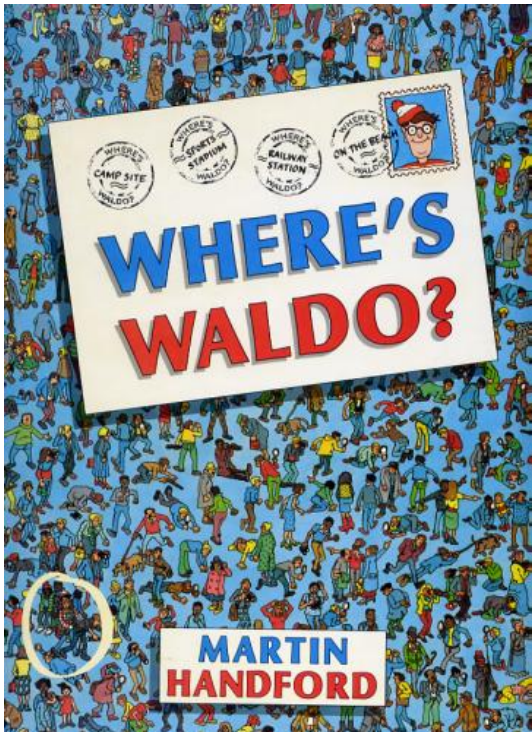
FACULTAT DE CIÈNCIES I TECNOLOGIA

UVIC | UVIC·UCC

Aquest joc només disposa de la pàgina de Facebook i el perfil de Twitter, per tant no s'han pogut analitzar ni els posts a Instagram ni el canal de YouTube.

Respecte a Facebook trobem que hi te molt poca activitat, on nomes s'hi publiquen notícies sobre algun esdeveniment que han fet al joc o algun anunci per promocionar-lo.

El seu perfil de Twitter no és un canal d'empresa o joc, simplement hi publiquen vídeos que els han agradat de tota mena, des de música fins a un vlog d'algun altre YouTuber famós.



Il·lustració 55 - Portada Llibre Where's Waldo?

Aquest llibre no s'ha portat a les pantalles en forma de joc per tant no se'n pot analitzar cap aplicació oficial però com la idea de WIE va sorgir entre altres d'aquest joc, analitzarem els seus perfils a les xarxes socials.

A les xarxes socials hi trobem un gran nombre de perfils, tant de Twitter com Instagram, però cap d'ells és l'oficial. Per tant no els analitzarem. Respecte a YouTube hi trobem una gran varietat de vídeos sobre gent jugant o transmèdia que han creat del llibre, però tampoc cap canal oficial així que el YouTube queda descartat també.

L'única xarxa en la qual ens podem centrar és la pàgina de Facebook, on s'hi publiquen vídeos relatant la vida d'en Waldo com si fos un personatge d'animació, creant fins i tot una sèrie de televisió. També hi anuncien productes de merchandising, i comparteixen fotografies de gent que ha fet alguna cosa relacionada amb el personatge com ara disfressar-se d'ell.

Títol: Where's Waldo?

Data de llançament: Setembre 1987

Autor: Martin Handford

Valoració: No disponible a Play Store
No disponible a App Store

Sinopsis: Llibre on el lector ha de trobar al personatge anomenat Waldo entre la multitud. Cada pàgina és una escena diferent.

Premis:

- Bilby Awards Winner 1992 i 2001
- Arizona Young Reader's Award Winner – 1991