

DATOS GENERALES DE LA ASIGNATURA

PLAN DE ESTUDIOS: Grado en Comunicación Audiovisual (PGR-COMU)
ASIGNATURA : Narrativa Transmedia (3323)
TIPO DE ASIGNATURA : Teórico-práctica
MODALIDAD : Presencial
CURSO ACADÉMICO: 2026-2027
GRUPO: 2627-M1
CENTRO: Facultad de Ciencias Sociales
CARÁCTER DE LA ASIGNATURA: Obligatoria (OB)
ECTS: 6,0
CURSO: 3º
TEMPORALIDAD: 2º Semestre
IDIOMA EN QUE SE IMPARTE: Castellano, excepto las asignaturas de idiomas que se impartirán en el idioma correspondiente

DATOS DEL DOCENTE

NOMBRE Y APELLIDOS: JOSÉ LUIS CARREÑO VILLADA
EMAIL: jlcarreno@uemc.es
TELÉFONO: 983 00 10 00
HORARIO DE TUTORÍAS: Martes a las 15:00 horas
INFORMACIÓN SOBRE TITULACIONES : • Licenciado Comunicación Audiovisual (Universidad <i>Universidad Europea Miguel de Cervantes</i>) • Diplomado Magisterio - Especialidad Educación Primaria (Universidad <i>Universidad de Valladolid</i>) • Master universitario: Investigación de Medios de Comunicación como Agente Social e Histórico • Doctorado: Lengua, Literatura y Comunicación (2021) • Y acreditado en la figura de Universidad privada por ANECA (2025) • Y acreditado en la figura de Contratado doctor por ANECA (2025) • Y acreditado en la figura de Contratado doctor por ACSUCYL (2024) • Y acreditado en la figura de Universidad privada por ACSUCYL (2024) • Y acreditado en la figura de Ayudante doctor por ACSUCYL (2024)
EXPERIENCIA DOCENTE : • Cuenta con experiencia de Más de 10 años en docencia universitaria en el nivel del Grado (Especialista en comunicación audiovisual)
EXPERIENCIA PROFESIONAL : • Tiene experiencia en el ámbito profesional de 4 años en el sector Privado (Operador de cámara) • Tiene experiencia en el ámbito profesional de 2 años en el sector Privado (Técnico de Sonido) • Tiene experiencia en el ámbito profesional de Más de 10 años en el sector Privado (Producción y gestión de espectáculos) • Tiene experiencia en el ámbito profesional de 1 año en el sector Privado (Producción Audiovisual)
EXPERIENCIA INVESTIGADORA : • 6 años (Proyectos Retención del talento: Proyecto Raíces (2025/2026); Proyecto Museos Olvidados (2023/2024); Proyecto Arte Patrimonial (2018/2020). Publicaciones: Carreño Villada, J. L., Monsalvo, M. Á. D., & Iglesias, M. L. (2024). Cobertura televisiva del fallecimiento de Isabel II a través de redes sociales. In <i>Conexiones digitales: la revolución de la comunicación en la sociedad contemporánea</i> (pp. 491-511). McGraw Hill España. López-Iglesias, M., Tapia-Frade, A., & Carreño Villada, J. L. (2024). Identidad Visual de Museos de Arte Contemporáneo en Facebook, Instagram y Web: Un Análisis Comparado. <i>VISUAL REVIEW</i>.

International Visual Culture Review/Revista Internacional de Cultura Visual, 16(2), 67-80. Monsalvo, M. Á. D., & Carreño Villada, J. L. (2023). Estrategias colaborativas en la enseñanza metodológica de radio y televisión. In Cortocircuitos reflexivos en comunicación (pp. 153-162). Servicio de Publicaciones. Carreño Villada, J. L., Díaz Monsalvo, M. Á., & López Iglesias, M. (2023). El comportamiento de las televisiones autonómicas en redes sociales: el caso de Facebook. Ámbitos: Revista Internacional de Comunicación, 62, 123- 142. Díaz Monsalvo, M. Á., & Carreño Villada, J. L. (2023). El perfil competencial en la radio: una propuesta de actualización a los cambios generacionales. Zer: Journal of Communication Studies/Revista de Estudios de Comunicación/Komunikazio Ikasketen Aldizkaria, 28(54). Carreño Villada, J. L., & Monsalvo, M. Á. D. (2023). El alumno como generador de contenido audiovisual en la narración transmedia. In Cortocircuitos reflexivos en comunicación (pp. 47-56). Servicio de Publicaciones. Iglesias, M. L., & Carreño Villada, J. L. (2023). La casa de papel. Conexión entre Netflix y audiencia. In Encrucijada del audiovisual en la era de lo virtual (pp. 609-627). McGraw Hill España. Iglesias, M. L., Carreño Villada, J. L., & Díaz-Chica, Ó. (2023). Relaciones del consumo persuasivo en la sociedad digital y la cultura participativa. [Rm] Revista Multidisciplinar, 5(2), 41-55. López Iglesias, M., Santos Fernández, D., & Carreño Villada, J. L. (2022). Experiencia del uso de las TIC con nativos digitales. Carreño Villada, J. L., & Monsalvo, M. Á. D. (2020). La realización de cortometrajes como parte del aprendizaje colaborativo en el modelo educativo transversal. In El cortometraje: valoración y grandeza del formato (pp. 247-263). Carreño Villada, J. L., & Díaz Monsalvo, M. Á. (2019). Tiempo Muerto, estudio de caso de un proyecto transmediático para la consecución de competencias universitarias. Ámbitos. Revista Internacional de Comunicación, 46, 66-91.)

OTROS DATOS CV :

Durante años sujeto al mundo de la televisión, en el ámbito de la televisión y producción local tanto en funciones de redacción como de operador de cámara, así como realizador para las dos temporadas de "4 Gaming Station" de la televisión de Murcia.

El docente ha participado en diferentes cortometrajes subvencionados por la Junta de Castilla y León y en los últimos años ha ganado junto a otros docentes de la UEMC un reconocimiento en el Festival Internacional de Arquitectura y Cine con el micrometraje "In memoriam" y el Premio Periodismo Provincia de Valladolid por el proyecto de "Arte Patrimonial" emitido por La 8 de CyL y ha sido el productor musical del cortometraje preseleccionado para la 38 edición de los Premios Goya "Un día más" del director Juan Carrascal Iñigo.

El docente ha formado parte de varios largometrajes y trabajado, como ayudante de sonido, durante 2 años para la empresa de sonido MEG en el Auditorio Miguel Delibes y como técnico de sonido y gestor cultural en diferentes eventos y asociaciones a lo largo de su carrera profesional.

Además, el docente está ligado a la escena cultural de la ciudad con movimientos vinculados a la música endirecto en la ciudad de Valladolid ganando dos premios por su gestión dentro del ámbito cultural.

RESULTADOS DE APRENDIZAJE A ADQUIRIR POR EL ALUMNO

GRANDES COMPETENCIAS :

- GC2 - Competencia para la adquisición de los conocimientos de las fases productivas de la comunicación audiovisual: Conocer y aplicar todos los conocimientos en comunicación audiovisual en las distintas fases de producción de toda creación audiovisual (preproducción, producción y postproducción).
- GC3 - Competencia para la comunicación digital: Conocer, analizar, criticar y aplicar el potencial digital y sus posibilidades creativas en la difusión y elaboración de contenidos de calidad, la búsqueda de información y las estrategias de colaboración y comunicación.
- GC4 - Competencia para el desarrollo de la creatividad audiovisual: Conocer y aplicar las distintas corrientes audiovisuales, así como desarrollar la capacidad creativa para el desarrollo de productos audiovisuales desde cualquiera de sus vertientes de producción.

RESULTADOS DE APRENDIZAJE :

El alumno será capaz de:

- CO2.1 - Conocer las distintas funciones que se desarrollan en todas las fases de producción presentes en el desarrollo y creación de una pieza audiovisual de calidad.
- CO2.2 - Comprender la estructura de las fases de producción audiovisual así como los distintos puestos y sus correspondientes tareas.
- HD2.2 - Analizar y desarrollar las capacidades creativas y productivas necesarias para la creación de un producto audiovisual de calidad.
- CO3.1 - Conocer los elementos, técnicas y estrategias de la comunicación digital.
- CO3.2 - Comprender el potencial y el contexto de la comunicación digital para el desempeño de la comunicación audiovisual.
- HD3.1 - Aplicar las tecnologías digitales al ámbito de la comunicación audiovisual.
- HD3.2 - Analizar y desarrollar productos audiovisuales digitales.
- SC3.1 - Interpretar y valorar los avances tecnológicos digitales para su uso en la comunicación.
- SC3.2 - Desempeñar la comunicación digital atendiendo a su potencial creativo y de calidad.
- CO4.1 - Conocer las corrientes artísticas y creativas presentes en la evolución histórica de la comunicación audiovisual.
- CO4.2 - Comprender los diferentes aspectos surgidos de la evolución y desarrollo de los elementos constructivos de una pieza audiovisual.
- CT4.1 - Desarrollar la capacidad creativa y productiva desde una actitud ética y responsable.
- HD4.1 - Aplicar los conceptos de las corrientes artísticas y creativas a la producción de una pieza audiovisual de calidad.
- SC4.1 - Interpretar y valorar las corrientes artísticas y creativas presentes en la evolución histórica de la comunicación audiovisual.

DATOS ESPECÍFICOS DE LA ASIGNATURA

DESCRIPTOR DE LA ASIGNATURA :

La asignatura Narrativa transmedia permite conocer al alumnado que es y cómo funciona la narrativa transmedia y que teorías surgen de estas nuevas formas de expresión. Se prestará atención a la cultura digital colaborativa y como se gestionan proyectos transmedia, tanto en ámbito de ficción como de no ficción.

CONTENIDOS MÍNIMOS :

Qué son las narrativas transmedia, sus principios y principales autores.

Teoría de las nuevas formas de expresión.

Atención a la cultura digital colaborativa

Biblia transmedia en formatos de ficción.

Proyectos transmedia en el ámbito de la no ficción.

RECURSOS DE APRENDIZAJE :

- **Recursos didácticos:** Casos, Recursos multimedia
- **Recursos tecnológicos :** Plataformas de aprendizaje en línea, Software especializado, Herramientas de presentación
- **Recursos audiovisuales:** Vídeos y podcast

OBSERVACIONES DEL CONTENIDO DE LA ASIGNATURA:

BLOQUE I. QUÉ SON LAS NARRATIVAS TRANSMEDIA, SUS PRINCIPIOS Y PRINCIPALES AUTORES

- Tema 1. De la convergencia a la transmedialidad: Definición y principales autores.
- Tema 2. Principios del Storytelling Transmedia.

BLOQUE II. TEORÍA DE LAS NUEVAS FORMAS DE EXPRESIÓN

- Tema 3. Nuevas gramáticas audiovisuales y sonoras en el ecosistema digital.
- Tema 4. Interactividad, gamificación y juegos de realidad alternativa (ARG).

BLOQUE III. ATENCIÓN A LA CULTURA DIGITAL COLABORATIVA

- Tema 5. El nuevo perfil del usuario: Del espectador al prosumidor.
- Tema 6. Fandoms, comunidades y gestión de la participación.

BLOQUE IV. BIBLIA TRANSMEDIA EN FORMATOS DE FICCIÓN

- Tema 7. Worldbuilding y diseño de universos ficticiales.
- Tema 8. La Biblia Transmedia: Estructura y gestión.

BLOQUE V. PROYECTOS TRANSMEDIA EN EL ÁMBITO DE LA NO FICCIÓN

- Tema 9. Periodismo Transmedia y Documental Interactivo.
- Tema 10. Branded Content, Comunicación Corporativa y Acción Social.

BIBLIOGRAFÍA Y RECURSOS DE REFERENCIA GENERALES

BIBLIOGRAFÍA BÁSICA:

- Scolari, Carlos Alberto (2013): Narrativas transmedia : cuando todos los medios cuentan. Deusto. ISBN: 9788423413362
- Jenkins, Henry (2008): Convergence culture : la cultura de la convergencia de los medios de comunicación. Paidós. ISBN: 9788449321535
- Charo Lacalle (2013): Jóvenes y ficción televisiva : construcción de identidad y transmedialidad. Editorial UOC. ISBN: 9788490297049
- Denis Porto y Jesús Flores (2012): Periodismo transmedia : reflexiones y técnicas para el ciberperiodista desde los laboratorios de medios interactivos . Fragua Comunicación. ISBN: 9788470745041
- Montserat Jurado Martín y Beatriz Peña Acuña (2021): Periodismo cultural en el siglo XXI . (II) , Modelos transmedia para profesionales innovadores. Editorial Universitas. ISBN: 9788479915605

OTRAS FUENTES DE REFERENCIA:

1. Álvarez Marcos, J., Capelo Hernández, M., y Álvarez Ortiz, J. I. (2019). La madurez digital de la prensa española. Estudio de caso. *Revista Latina de Comunicación Social*, 74, 499-520.
<https://doi.org/10.4185/RLCS-2019-1342>
2. Amorós Pons, J., y Comesaña Comesaña, A. (s.f.). Cartoons, publicidad y transmedialidad.
3. Arrojo, M. (s.f.). Los contenidos transmedia y la renovación de formatos periodísticos.
4. Beltran-Arismendi, C. (2020). Enfoques emergentes desde las artes y el diseño para la teorización y creación de experiencias transmedia. *Arte, Individuo y Sociedad*, 32(4), 1039-1064.
5. Carrasco Molina, A. I. (s.f.). El impulso de la publicidad viral cinematográfica: *Prometheus* (Ridley Scott, 2012) y su ensayo 'transmediático'.
6. Carrera, A., Limón, S., Herrero, P., y Sainz, P. (s.f.). Transmedialidad y ecosistema digital.
7. Campos-Freire, F. (s.f.). Adaptación de los medios tradicionales a la innovación de los metamedios.
8. Costa Sánchez, C. (2013). Narrativas transmedia nativas: Ventajas, elementos de la planificación de un proyecto audiovisual transmedia y estudio de caso. *Historia y Comunicación Social*, 18(Esp. Dic.), 561-574.
9. Corona, V. (s.f.). De la alfabetización a los alfabetismos: aprendizaje y participación DIY de fans y makers mexicano.
10. De la Torre-Espinosa, C. (s.f.). Reflecting worlds: noción de mundo transmedia aplicada al género documental.
11. Díaz-Noci, J., y Tous-Rovirosa, A. (s.f.). La audiencia como autor.
12. Duránte-Stolle, P., y Martínez-Sanz, A. (s.f.). El politainment en la construcción transmediática de la imagen del personaje político.
13. Espinosa-Medina, A., y Pérez-Guerrero, L. (s.f.). Year Zero o cómo Nine Inch Nails rompió las barreras de Europa con una experiencia narrativa.
14. Esteban Galán, A. (s.f.). Relato transmedia vinculado a marcas: el personaje de Benito como instrumento de branded content.
15. Gauthier, M. (s.f.). Inmersión, redes sociales y narrativa transmedia: la modalidad de recepción inclusiva.

16. García-Marín, D., y Aparici, R. (s.f.). Nueva comunicación sonora. Cartografía, gramática y narrativa transmedia del podcasting.
17. García-Orosa, B., Vázquez-Sande, P., y López-García, X. (s.f.). Narrativas digitales de los principales partidos políticos de España, Francia, Portugal y Estados Unidos.
18. Gómez, J. (2013). *Transmedia storytelling: Business, aesthetics and production at the Jim Henson Company*. Starlight Runner Entertainment.
19. González-Martínez, A., et al. (s.f.). Sobre el concepto de alfabetización transmedia en el ámbito educativo. Una revisión de la literatura.
20. González López Ledesma, M. (s.f.). Escuela y medios digitales: algunas reflexiones sobre el proyecto transmedia literacy.
21. Grandío-Pérez, M. (s.f.). El transmedia en la enseñanza universitaria. Análisis de las asignaturas de educación mediática en España (2012-2013).
22. Guerrero-Pico, M. (s.f.). Producción y lectura de fan fiction en la comunidad online de la serie *Fringe*.
23. Guerrero-Pico, M., y Scolari, C. A. (s.f.). Narrativas transmedia y contenidos generados por los usuarios: el caso de los crossovers.
24. Haber Guerra, Y. (s.f.). Quién dice qué a quién. Necesidad de una nueva teoría de la comunicación.
25. Hidalgo-Marí, T., y Sánchez-Olmos, C. (2016). Fanáticas en serie. YouTube, cultura participativa y series de televisión: estudio comparativo de género. *Cuadernos.Info*, 38, 143-157.
26. Jenkins, H. (2006). *Convergence culture: La cultura de la convergencia de los medios de comunicación*. Paidós.
27. Jenkins, H. (2009). *The Revenge of the Origami Unicorn: Seven Principles of Transmedia Storytelling*. Confessions of an Aca-Fan.
28. Long, G. (2007). *Transmedia storytelling: Business, aesthetics and production at the Jim Henson Company*.
29. Marfil-Carmona, R. (2013). Interactividad digital y estrategias narrativas en la publicidad audiovisual de Manos Unidas y Unicef. *Historia y Comunicación Social*, 18(Esp. Oct.), 169-181.
30. Martín Neira, J. I., Trillo-Domínguez, M., y Olvera-Lobo, M. D. (2022). De la televisión a TikTok: Nuevos formatos audiovisuales para comunicar ciencia.
31. Martos-Núñez, J., y Martos-García, A. (s.f.). Remediación y patrones narratológicos de las historias de aliens en la cultura mediática.
32. Molpeceres Amáiz, A. M., y Rodríguez Fidalgo, X. (s.f.). La inserción del discurso del receptor en la narrativa transmedia: el ejemplo de las series de televisión de ficción.
33. Montoya, D., Villa-Montoya, M. I., y otros. (s.f.). Sistemas intertextuales transmedia: exploraciones conceptuales y aproximaciones investigativas.
34. Morales, M., Cabrera, V., y Rodríguez, C. (s.f.). Estrategias de aprendizaje informal de habilidades transmedia en adolescentes de Uruguay.
35. Nelson Nieto Borda, R. (s.f.). Transmediaciones en la producción de contenidos periodísticos especializados en economía.
36. Núñez-Pacheco, C., et al. (s.f.). Videojuegos y literatura: estudio de tres casos de intertextos hispanoamericanos.
37. Pereira, S., et al. (s.f.). Usos mediáticos y prácticas de producción: estudio de caso con adolescentes de Portugal, España e Italia.
38. Ponce, M. (s.f.). Medios y política: Análisis bibliográfico sobre el concepto de mediatización en el debate teórico de la comunicación política 1979-2017.
39. Pratten, R. (2011). *Getting started in transmedia storytelling*.
40. Rodríguez, M., López, J., y González, C. (2015). La narrativa transmedia como experiencia de simulación de inteligencia colectiva. El caso de *Atrapados*. *Signo y Pensamiento*, 34(67), 60-74.
41. Scolari, C. A. (2008). *Hipermediaciones: Elementos para una teoría de la comunicación digital interactiva*. Gedisa.
42. Scolari, C. A. (2013). *Narrativas transmedia: Cuando todos los medios cuentan*. Deusto.
43. Scolari, C. A., y Establés, M. J. (2017). El ministerio transmedia: expansiones narrativas y culturas participativas.
44. Scolari, C. A., et al. (2018). Transmedia literacy in the new media ecology: Teens' transmedia skills and informal learning strategies.
45. Selva-Ruiz, D., y Martín-Ramallal, R. (s.f.). Realidad virtual, publicidad y menores de edad: otro reto de la

cibersociedad ante las tecnologías inmersivas.

46. Torregrosa-Carmona, E., y Rodríguez-Gómez, G. (2017). Comunidades de fans y ficción televisiva. Estudio de caso: *El ministerio del tiempo* (TVE).
47. Trillo-Domínguez, M., y Alberich-Pascual, A. (s.f.). Deconstrucción de los géneros periodísticos y nuevos medios: de la pirámide invertida al cubo de Rubik.
48. Tur-Viñes, V., y Rodríguez Ferrándiz, R. (s.f.). Transmedialidad: series de ficción y redes sociales. El caso de *Pulseras Rojas* en el grupo oficial de Facebook (Antena 3 España).
49. Villa-Montoya, M. I., y Montoya-Bermúdez, D. (2020). ¿Transmedia o cross-media? Un análisis multidisciplinar de su uso terminológico en la literatura académica. *Revista Co-herencia*, 17(33), 249-275.
50. Vialás Fernández, S. (2010). El cosmonauta: un modelo alternativo de producción y distribución cinematográfica. *Reverbar*, 95-103.

PLANIFICACIÓN DEL PROCESO DE ENSEÑANZA-APRENDIZAJE DE LA ASIGNATURA

TIPO DE ASIGNATURA :

Teórico-práctica

METODOLOGÍAS:

MÉTODO DIDÁCTICO:

En esta asignatura se combina la transmisión teórica con la aplicación práctica inmediata, utilizando estrategias activas que sitúan al estudiante en el centro del aprendizaje:

- **Aprendizaje Basado en Proyectos (ABP):** Es el eje vertebrador de la asignatura. Los estudiantes, organizados en equipos de producción, desarrollan a lo largo del semestre un "Universo Compartido CAV", que consiste en la creación coordinada de varios cortometrajes de ficción interconectados y sus correspondientes expansiones transmedia (podcasts, redes sociales, web, ARG).
- **Estudio y deconstrucción de casos reales:** En las sesiones teóricas se analizan ecosistemas transmedia reales (ej. *El Ministerio del Tiempo*, *Rosalía - El Mal Querer*, el TikTok del Museo del Prado, *MasterChef*, campañas de *Branded Content* como BBVA). Los estudiantes deben diseccionar estos casos aplicando las metodologías de análisis de mundos narrativos y mapas de plataformas.

MÉTODO DIALÉCTICO:

La naturaleza colaborativa de las narrativas transmedia exige que los estudiantes desarrollen habilidades de comunicación, negociación y defensa de ideas. Para ello se emplean:

- **Dinámica de "Writers' Room" (Sala de Guionistas):** Las sesiones prácticas funcionan como una productora audiovisual real. Los equipos presentan los problemas narrativos o de producción a los que se enfrentan, y se genera un diálogo profesional con el docente (que actúa como *Showrunner* o Productor Ejecutivo) y con los demás equipos para encontrar soluciones conjuntas.
- **Seminarios y debates dirigidos:** Se fomenta la discusión crítica en el aula sobre temas controvertidos del ecosistema mediático actual, como los límites entre *crossmedia* y *transmedia*, la ética de la propiedad intelectual frente a la cultura *fan*, o el impacto de la Inteligencia Artificial generativa en la creación de *storyworlds*.
- **Defensa oral y Pitch de proyectos:** Los estudiantes deben comunicar y defender oralmente sus propuestas narrativas ante el resto de la clase. Esto entrena su capacidad de síntesis, persuasión y argumentación profesional, simulando las condiciones reales de la industria audiovisual (venta de proyectos a cadenas o plataformas).

MÉTODO HEURÍSTICO:

El objetivo es que el estudiante no solo aplique teorías, sino que descubra por sí mismo las soluciones narrativas y técnicas a través de la experimentación:

- **Taller de diseño de mundos (Worldbuilding) y Arquitectura Narrativa:** Los estudiantes deben descubrir y definir las reglas ontológicas de su propio universo ficticio. A través de la práctica, aprenden a insertar "capacidad negativa" y "pistas migratorias" (conceptos de Robert Long) en sus guiones, experimentando

cómo generar curiosidad en la audiencia.

- **Aprendizaje por descubrimiento y resolución de problemas:** Ante los retos técnicos y narrativos que surgen durante la preproducción, rodaje y edición de los cortometrajes y las expansiones, los equipos deben investigar y encontrar soluciones creativas de forma autónoma, utilizando los recursos tecnológicos a su disposición.
- **Investigación-acción a través del Informe Reflexivo:** El estudiante debe analizar críticamente su propio proceso de creación y los resultados obtenidos en su proyecto. Mediante este ejercicio de metacognición, descubre por sí mismo las carencias y aciertos de su diseño transmedia, contrastando su experiencia práctica con la teoría académica estudiada.
- **Simulación de activación y lanzamiento (Roll-out):** Los estudiantes experimentan de primera mano cómo reacciona una audiencia real (sus compañeros y otros alumnos) ante el lanzamiento de sus expansiones transmedia, ajustando su estrategia en tiempo real según el *engagement* observado.

ACTIVIDADES FORMATIVAS :

- Clases teóricas
- Clases prácticas
- Evaluación
- Trabajo autónomo

CONSIDERACIONES DE LA PLANIFICACIÓN:

FASE 1: Fundamentos, Arquitectura y Diseño del Mundo (Semanas 1 a 4)

- **Semana 1: Introducción a la Transmedialidad.**
 - *Presencial:* Conceptos clave (Multimedia, Crossmedia, Transmedia). Cultura participativa. Formación de equipos de producción.
 - *Trabajo autónomo:* Lectura de textos fundacionales (Jenkins, Scolari). Lluvia de ideas para la "Semilla" del Universo Compartido.
- **Semana 2: Principios y Ecología de Medios.**
 - *Presencial:* Los 7 principios de Jenkins y la ecología de Scolari. Análisis de casos (ej. *El Ministerio del Tiempo*).
 - *Trabajo autónomo:* Definición del target, mapeo de plataformas y diseño del *User Journey*.
- **Semana 3: Worldbuilding y la Biblia Transmedia.**
 - *Presencial (Taller):* Ontología del mundo, reglas y coherencia. Redacción colaborativa de la Macro-Biblia.
 - *Trabajo autónomo:* Redacción de las biblias individuales de cada grupo (ficción y no ficción).
- **Semana 4: Mecánicas de Expansión.**
 - *Presencial:* Capacidad negativa y pistas migratorias (Long). Códigos hermenéuticos.

FASE 2: Nuevas Formas de Expresión y Cultura Colaborativa (Semanas 5 a 8)

- **Semana 5: Narrativa Sonora y Nuevas Gramáticas.**
 - *Presencial:* Podcasting transmedia, ficción sonora y nuevas interfaces (TikTok, RV).
 - *Trabajo autónomo:* Guion y diseño de las expansiones sonoras o de redes sociales *in-character*.
- **Semana 6: Interactividad, ARG y Gamificación.**
 - *Presencial:* Diseño de experiencias inmersivas y fusión realidad-ficción.
 - *Trabajo autónomo:* Prototipado de las mecánicas de interacción y pistas para el usuario.
- **Semana 7: Fandoms, Ética y Propiedad Intelectual.**
 - *Presencial:* El prosumidor, engagement, límites legales del fandom y obras derivadas.

- *Trabajo autónomo*: Plan de activación de la comunidad y estrategia de gestión de trolls/crisis.
- **Semana 8: Guionización Técnica y Preproducción.**
 - *Presencial (Taller)*: Cruz de pistas entre grupos. Cierre de guiones técnicos y storyboards.

FASE 3: Producción, No Ficción y Activación (Semanas 9 a 12)

- **Semana 9: Periodismo Transmedia y True Crime.**
 - *Presencial*: Nuevas narrativas informativas, docuseries y comunidades de investigación.
 - *Trabajo autónomo (Intensivo)*: Rodaje y grabación de los cortometrajes (Nodos Ancla) y piezas de no ficción.
- **Semana 10: Branded Content y Acción Social.**
 - *Presencial*: Relatos de marca, transmedia educativo y dispositivos de escucha.
 - *Trabajo autónomo*: Edición de vídeo, grabación de podcasts y creación de webs/ARG.
- **Semana 11: Taller de Producción (Writers' Room).**
 - *Presencial*: Mentoría individualizada. Resolución de problemas técnicos y narrativos de rodaje.
 - *Trabajo autónomo*: Postproducción, diseño gráfico y activación de perfiles digitales.
- **Semana 12: Metodologías de Análisis y Métricas.**
 - *Presencial*: Cómo evaluar un ecosistema transmedia. Métricas de éxito más allá del viewership.

FASE 4: Festival, Evaluación y Cierre (Semanas 13 a 15)

- **Semana 13: Estrategias de Lanzamiento (Roll-out).**
 - *Presencial*: Campañas de expectación. Beta-testing cruzado entre los equipos de la clase.
 - *Trabajo autónomo*: Interacción real con los proyectos de los compañeros (Fandom Interno).
- **Semana 14: Festival Transmedia CAV.**
 - *Presencial*: Proyección de los cortometrajes y demostración en vivo de las expansiones. Defensa oral de los proyectos.
- **Semana 15: Conclusiones y Preparación Final.**
 - *Presencial*: Post-mortem de los proyectos. Tendencias de futuro (IA, nuevos algoritmos). Resolución de dudas para el examen.
 - *Trabajo autónomo*: Redacción del Informe Reflexivo Individual. Estudio para la prueba escrita final.

PROGRAMACIÓN DE ACTIVIDADES Y EVALUACIONES :

PROGRAMACIÓN DE ACTIVIDADES:

Actividad	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	EF	¿Se evalúa en CO?	Sistema evaluación	¿Se mantiene en CE?	Convocatoria extraordinaria
Biblia de producción transmedia Evaluación del documento técnico de producción (worldbuilding, reglas, personajes y mapa de plataformas). Defensa oral del concepto de mundo ante la clase (mitad de semestre).							X										X	Pruebas escritas:15% Pruebas orales:5%		
Producto Audiovisual Calidad técnica y narrativa de la pieza audiovisual grabada y editada. Entrega de Guion, storyboard y Dossier de producción															X		X	Pruebas escritas:10% Ejecución de prácticas:25%		
Nodos de expansión Producción de las piezas nativas para otras plataformas (podcast, redes sociales, web, ARG).												X	X				X	Ejecución de prácticas:10%		

Actividad	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	EF	¿Se evalúa en CO?	Sistema evaluación	¿Se mantiene en CE?	Convocatoria extraordinaria
Dinámica de Aula y Fandom Interno Evaluación continua del trabajo colaborativo en las sesiones de Writers' Room, la coordinación intergrupal para el "cruce de pistas" y la interacción documentada con los proyectos de los compañeros (simulación de audiencia participativa). Esto se rubrica bajo las Técnicas de Observación	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	Técnicas de observación:15%		
Prueba teórica específica																X	X	Pruebas escritas:20%		

CONSIDERACIONES DE LA EVALUACIÓN EN LA CONVOCATORIA ORDINARIA:

ACTIVIDADES DESARROLLADAS

1. Prueba teórica específica

Distribución : PE: 20%

Descripción: Examen teórico-práctico final que evalúa los conocimientos conceptuales adquiridos sobre narrativas transmedia, worldbuilding, diseño de universos narrativos expandidos, estrategias de producción multiplataforma, y gestión de audiencias participativas. La prueba incluirá preguntas teóricas sobre los fundamentos de la narración transmedia (Henry Jenkins, Carlos Scolari), análisis de casos de éxito (Marvel, Star Wars, El Ministerio del Tiempo, etc.), y ejercicios prácticos de diseño de estrategias transmedia. Se evaluará la comprensión de los principios de expansión narrativa, la coherencia del universo ficticio, y la capacidad de aplicar conceptos teóricos a proyectos concretos.

2. Biblia de producción transmedia

Descripción: Actividad de mitad de semestre centrada en la elaboración del documento técnico de producción transmedia (biblia de producción o series bible). El estudiante deberá desarrollar un concepto de mundo narrativo completo que incluya: worldbuilding (reglas del universo, historia, geografía, cultura), personajes principales y secundarios con sus arcos de transformación, mapa de plataformas y nodos narrativos (dónde se cuenta cada parte de la historia y por qué en esa plataforma), tono y estética visual, y estrategia de expansión futura. Este documento sirve como hoja de ruta para el desarrollo posterior del proyecto transmedia. La evaluación contemplará: la calidad y profundidad del documento escrito entregado (PE: 15%), la defensa oral del concepto de mundo ante la clase explicando las decisiones creativas y estratégicas (PO: 5%), y la participación activa en las sesiones de feedback y construcción colectiva (TO: 5%).

3. Producto Audiovisual

Descripción: Actividad culminante del curso que materializa el concepto transmedia en una pieza audiovisual concreta. El estudiante deberá producir una pieza audiovisual de calidad técnica y narrativa (cortometraje, piloto de serie web, documental interactivo, etc.) que funcione como nodo central o pieza de entrada al universo transmedia desarrollado. La entrega incluirá: la pieza audiovisual finalizada (grabada y editada), el guion literario y técnico, el storyboard completo, y el dossier de producción con la justificación de decisiones creativas y técnicas. Esta pieza debe ser coherente con la biblia de producción y dejar puertas abiertas para la expansión en otras plataformas. La evaluación tendrá un peso muy significativo en la nota final, considerando: la calidad técnica y narrativa del producto audiovisual entregado junto con la documentación de producción (EP: 25%) y un componente teórico sobre las decisiones de adaptación del lenguaje audiovisual al contexto transmedia (PE: 10%).

4. Nodos de expansión

Descripción: Actividad de producción de piezas nativas para plataformas complementarias que expandan el universo narrativo creado. El estudiante deberá desarrollar al menos 2-3 piezas específicas para diferentes plataformas (podcast, redes sociales, web, ARG - Alternate Reality Game, etc.), cada una con su propio

lenguaje y formato nativo. Estas piezas no deben ser meras adaptaciones o resúmenes del contenido principal, sino aportes narrativos únicos que enriquezcan el universo y ofrezcan experiencias diferenciadas al audience. Se evaluará la coherencia con el worldbuilding establecido, la adecuación al lenguaje de cada plataforma, y la capacidad de generar engagement. La evaluación se basará en la entrega de las piezas producidas para las plataformas seleccionadas (EP: 10%).

5. Dinámica de Aula y Fandom Interno

Descripción: Evaluación continua del trabajo colaborativo y la interacción participativa a lo largo de todo el curso. Se contemplará: la participación activa en las sesiones de Writers' Room (salas de escritura colectiva), la coordinación intergrupal para el "cruce de pistas" entre diferentes proyectos transmedia de los compañeros, la interacción documentada con los proyectos de otros estudiantes simulando una audiencia participativa (fandom interno), y la contribución al ecosistema narrativo colectivo del aula. Esta dinámica reproduce el comportamiento de los fandoms reales y la importancia de la audiencia en las narrativas transmedia contemporáneas. La evaluación se realizará mediante observación directa del profesor a lo largo del curso (TO: 10%).

CONSIDERACIONES DE LA EVALUACIÓN EN LA CONVOCATORIA EXTRAORDINARIA:

La convocatoria extraordinaria tendrá un carácter **individual y acumulativo**, diseñada para verificar la adquisición de la totalidad de las competencias de la asignatura por parte de aquellos estudiantes que no hayan superado la evaluación continua. Dado que la naturaleza de la asignatura exige la producción y activación de un ecosistema transmedia completo, la prueba extraordinaria requerirá el desarrollo íntegro de un proyecto individual, simulando el trabajo que un profesional del sector realizaría en solitario.

El sistema de evaluación extraordinaria se estructura de la siguiente manera:

1. Pruebas Escritas (40%)

- **Examen Teórico-Práctico (25%):** Prueba individual de mayor extensión y complejidad que la de la convocatoria ordinaria. Incluirá el desarrollo crítico de los conceptos fundamentales, la comparación entre los principales autores de referencia (Jenkins, Scolari, Long, Gómez) y el análisis profundo de un caso de estudio transmedia complejo.
- **Biblia Transmedia Individual (15%):** Redacción de un documento profesional que defina un universo narrativo original desde cero (worldbuilding, reglas ontológicas, personajes, tono, mapa de plataformas y estrategia de pistas migratorias).

2. Pruebas Orales (10%)

- **Defensa del Proyecto Individual (10%):** Presentación oral de 10 minutos ante el docente, donde el estudiante deberá "vender" su universo transmedia, justificando las decisiones creativas, la coherencia del mundo y la viabilidad de las expansiones diseñadas.

3. Ejecución de Prácticas (40%)

- **Guion del Nodo Ancla (20%):** Escritura del guion técnico completo de una pieza audiovisual central (cortometraje de ficción, falso documental o pieza experimental de 5 minutos), demostrando dominio de los formatos y la integración de ganchos narrativos.
- **Diseño de Expansiones Transmedia (20%):** Desarrollo detallado de al menos tres plataformas secundarias (ej. podcast de ficción, perfiles de redes sociales *in-character*, web interactiva o ARG). Se exigirá justificar por qué cada pieza es nativa de su medio y cómo se articulan las pistas migratorias entre ellas.

4. Técnicas de Observación (10%)

- **Entrevista de Evaluación Individual (10%):** Sesión presencial de 15-20 minutos donde el docente realizará preguntas específicas sobre las decisiones de diseño, la terminología académica aplicada y la viabilidad técnica del proyecto, con el fin de verificar la autoría y el dominio real de los contenidos por parte del estudiante.

SISTEMAS DE EVALUACIÓN:

Tipo de asignatura	Pruebas escritas	Pruebas orales	Ejecución práctica	Técnicas de observación
Teórico-práctica	45 %	5 %	35 %	15 %