



Narrativa  
Transmedia

Grado en Publicidad y  
RRPP  
2021-22

## GUÍA DOCENTE

**Asignatura:** Narrativa Transmedia

**Titulación:** Grado en Publicidad y Relaciones Públicas

**Curso Académico:** 2021-22

**Carácter:** Optativa

**Idioma:** Castellano

**Modalidad:** Presencial

**Créditos:** 6

**Curso:** 4º

**Semestre:** 2º

**Profesores / Equipo Docente:** Dr. D. Luis Miguel Pedrero Esteban

### 1. COMPETENCIAS Y RESULTADOS DE APRENDIZAJE

#### 1.1. Competencias

- Escribir guiones, desarrollar historias o generar contenido de marca que permita expandir una narrativa principal a diversas plataformas, aportando elementos nuevos y complementarios entre sí que enriquezcan dicha narración.
- Analizar piezas audiovisuales y campañas publicitarias a través del desarrollo de acciones en diversas plataformas, medios y soportes que consigan interactividad e inmersión de los receptores como generadores de contenidos.
- Demostrar el correcto uso del lenguaje oral y escrito en la lengua española.
- Aplicar los conocimientos teóricos a la comprensión de la realidad y a la resolución de problemas específicos del área de conocimiento de las CC. Sociales, especialmente en el ámbito de la Comunicación.
- Manejar correctamente las nuevas tecnologías de la comunicación.
- Demostrar la capacidad para trabajar en equipo, desarrollando las relaciones interpersonales, dentro de la elaboración de proyectos de comunicación.
- Aplicar un razonamiento crítico a partir del uso del análisis y la síntesis.
- Demostrar una capacidad crítica y autocrítica.
- Utilizar el ingenio y desarrollar la creatividad propia de los procesos de comunicación.
- Resolver problemas que surgen en la construcción de mensajes y en el desarrollo de procesos comunicativos.

#### 1.2. Resultados de aprendizaje

Ser capaz de crear y elaborar la extensión narrativa de creaciones audiovisuales o campañas publicitarias en diferentes plataformas que se demuestran a través de la prueba final, ordinaria y extraordinaria.

### 2. CONTENIDOS

#### 2.1. Requisitos previos

Ninguno.

#### 2.2. Descripción de los contenidos

Desarrollo transversal de la narrativa principal de una determinada pieza de ficción a través de nuevas historias, complementarias entre sí, en múltiples medios y pantallas, buscando la interactividad con los públicos.

### 2.3. Contenido detallado

Presentación de la asignatura.  
Explicación de la Guía Docente.

#### 1. Introducción al concepto social y mediático de transmedia.

Definición del término.

Cultura transmedia: convergencia mediática, inteligencia colectiva y cultura participativa.

Principios transmedia.

#### 2. Estructura del mercado transmedia

Empresas, profesionales y usuarios.

Nuevos creadores.

Nuevos formatos y plataformas.

Diversificación de audiencias.

#### 3. Las narrativas transmedia en la comunicación audiovisual y publicitaria

El relato y el imaginario colectivo.

Creación de historias y de contenidos de marca.

Expansión de las acciones de marca a través del relato.

Creación de experiencias de marca a través de líneas argumentales.

#### 4. Técnicas narrativas para la creación de relatos transmedia

El usuario como epicentro de la estrategia creativa.

Componentes de un proyecto transmedia.

Arquitectura de la narración en torno a los puntos de vista y los hitos de la historia.

Territorios de interacción.

El tiempo narrativo y la evolución de la historia en diversos territorios.

#### 5. Proyecto transmedia

Documentación del proyecto.

Biblia transmedia.

Arquitectura y guionización.

Pautas para la planificación y ejecución de acciones transmedia.

### 2.4. Actividades dirigidas

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

- **Actividad Dirigida 1 (AD1):** Diseño de expansiones narrativas. Se trabajará en grupo la elaboración de tres acciones transmedia que amplíen y extiendan por diferentes plataformas un relato principal (valoración: 5% calificación final).
- **Actividad Dirigida (AD2):** Análisis de una estrategia transmedia. Cada alumno debe identificar las fortalezas y debilidades de cada una de las acciones de una creación transmedia (valoración: 5% calificación final).

- **Prueba parcial:** Valoración crítica de una producción transmedia a partir del análisis de los componentes y estrategias definidos en la materia (valoración: 5% calificación final).
- **Prueba final:** Desarrollo de un proyecto transmedia: elaboración de la Biblia, diseño de acciones creativas y expansión narrativa en diferentes plataformas (valoración: 5% calificación final).

### 3. SISTEMA DE EVALUACIÓN

#### 3.1. Sistema de calificaciones

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

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

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

#### 3.2. Criterios de evaluación

##### Convocatoria ordinaria

Modalidad: Presencial

Sistemas de evaluación	Porcentaje
Asistencia y participación en clase	10%
Presentación de trabajos y proyectos (prácticas individuales y trabajo en equipo) / actividades académicas dirigidas	30%
Prueba parcial (escrita/presentación trabajo)	10%
Examen final o trabajo final presencial	50%

Modalidad: Semipresencial y a distancia

Sistemas de evaluación	Porcentaje
Examen final o trabajo final presencial	60%
Participación en las actividades programadas	10%
Presentación de trabajos y proyectos (Prácticas individuales y trabajo en equipo)	30%

##### Convocatoria extraordinaria

Modalidad: Presencial

Sistemas de evaluación	Porcentaje
Asistencia y participación en clase	10%

Presentación de trabajos y proyectos (Prácticas individuales y trabajo en equipo) / actividades académicas dirigidas	30%
Prueba parcial (escrita/presentación trabajo)	10%
Examen final o trabajo final presencial	50%

Modalidad: Semipresencial y a distancia

Sistemas de evaluación	Porcentaje
Examen final o trabajo final presencial	60%
Participación en las actividades programadas	10%
Presentación de trabajos y proyectos (Prácticas individuales y equipo)	30%

### 3.3. Restricciones

#### Calificación mínima

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

#### Asistencia

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

#### Normas de escritura

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

### 3.4. Advertencia sobre plagio

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

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

## 4. BIBLIOGRAFÍA

#### Bibliografía básica

- Abellán Hernández, M. y De Miguel Zamora, M. (2016) (coords.) *Narrativa transmedia: resignificando el consumo mediático*. Monográfico *Icono 14*, vol. 14, nº 1.
- Jenkins, H. y Ford, S. (2015). *Cultura transmedia: la creación de contenido y valor en una cultura en red*. Barcelona: Gedisa.
- Ivars-Nicolás, B. y Zaragoza-Fuster, T. (2018). Lab RTVE. La narrativa transmedia en las series de ficción. *Revista Mediterránea de Comunicación*, 9(1), 257-271.

- Jenkins, H. (2008) *Convergence culture: la cultura de la convergencia de los medios de comunicación*. Barcelona: Paidós Ibérica.
- Piñeiro-Otero, M. T. y Costa-Sánchez, C. (2012). "Nuevas narrativas multiplataforma para nuevos usuarios en la era de la convergencia". En Borreguero-Alcudia, M.; Legorburu-Hortelano, J.M. y Barceló-Ugarte, T. (Coord.), *Convergencia de Medios: Nuevos Desafíos para una Comunicación Global*. Madrid: CEU Ediciones, 419-434.
- Rodríguez Ferrándiz, Raúl (2014). El relato por otros medios: ¿un giro transmediático? *CIC, Cuadernos de Información y Comunicación*, v. 19, pp. 19-37.
- Rodríguez Ferrándiz, R.; Ortiz Gordo, F. y Sáez Núñez, V. (2014). Contenidos transmedia de las teleseries españolas: clasificación, análisis y panorama en 2013. *Communication & Society*, 27(4), 73-94.
- Scolari, C. (2013) *Narrativas Transmedia: cuando todos los medios cuentan*. Barcelona: Deusto.
- Scolari, C. (2015) *Ecología de los medios*. Barcelona: Gedisa.
- Terol Bolinches, R.; Areñe Gómez, A. y Pedrero Esteban, LM (2020), Estrategias del podcast en la expansión narrativa de series de televisión. J. Sotelo González y J. Gallardo Camacho (eds.), *Comunicación Especializada: historia y realidad actual*. Madrid: McGraw Hill, 273-291
- Ryan, M.L. (2004) *La narración como realidad virtual. La inmersión y la interactividad en la literatura y en los medios electrónicos*. Barcelona: Paidós Ibérica.

#### Bibliografía recomendada

- Casamayor, M. (2014) *Cómo escribir el guión que necesitas*. Barcelona: Ma Non Troppo.
- Maxwell, R., & Dickman, R. (2010). *Convencer a la gente contando historias*. Barcelona: Planeta.
- Molpeceres Arnaiz, S. y Rodríguez Fidalgo, M.I. (2014) "[La inserción del discurso del receptor en la narrativa transmedia: el ejemplo de las series de televisión de ficción](#)". *Historia y Comunicación Social*, vol. 19, pp. 31-42
- Rodríguez, V. (2019) "[La realidad extendida de Stranger Things](#)". En *Innovación Audiovisual*, 08/08/2019
- Tur-Viñes, V. y Rodríguez-Ferrándiz, R. (2014). Transmedialidad: series de ficción y redes sociales. El caso de Pulseras Rojas en el grupo oficial de Facebook. *Cuadernos.info*, (34), 115-131.

#### 5. DATOS DEL PROFESOR

Nombre y Apellidos	Luis Miguel Pedrero Esteban
Departamento	Comunicación
Titulación académica	Doctor
Correo electrónico	<a href="mailto:lpedrero@nebrija.es">lpedrero@nebrija.es</a> • <a href="https://www.instagram.com/luismpedrero">@luismpedrero</a>
Localización	Campus de Princesa
Tutoría	Contactar con el profesor previa petición de hora por e-mail

<p>Experiencia docente, investigadora y/o profesional, así como investigación del profesor aplicada a la asignatura, y/o proyectos profesionales de aplicación.</p>	<p>Licenciado en CC. de la Información por la Universidad Pontificia de Salamanca y doctor en Comunicación Audiovisual y Publicidad por la Universidad Autónoma de Barcelona. Investigador principal en la Facultad de Comunicación y Artes de la Universidad Nebrija. Profesor visitante en la Università degli Studi di Siena (Italia), Birmingham City University (Reino Unido), Universidad de Lima (Perú), UNAM (México), Concepción (Chile), Técnica Particular de Loja (Ecuador) y do Minho (Braga, Portugal). Autor de <i>La radio musical en España: historia y análisis</i>. Coautor de <i>La industria audiovisual y publicitaria en Castilla y León</i> (con A. Badillo y M. Fuertes) y <i>La TV y los niños</i> (con J. J. Muñoz). Coeditor de <i>La transformación digital de la radio: diez claves para su comprensión académica y profesional</i> (con J. M<sup>a</sup> García Lastra). Editor del periódico digital <a href="#"><i>Pantallas, Ondas, Frames y Bits</i></a>.</p>
---	--