

**Proyecto/Guía docente de la asignatura**

Asignatura	Formatos audiovisuales y nuevas narrativas: transmedialidad, innovación, creatividad y participación.		
Materia	Cine en el contexto digital		
Módulo	Módulo III: Pensar el cine		
Titulación	Máster en Cine, Comunicación e Industria Audiovisual		
Plan	640	Código	54964
Periodo de impartición	2021-2022 Segundo semestre	Tipo/Carácter	OPTATIVA
Nivel/Ciclo	Máster Oficial	Curso	
Créditos ECTS	4		
Lengua en que se imparte	Español		
Profesor/es responsable/s	Nereida López Vidales/Leire Gómez Rubio		
Datos de contacto (E-mail, teléfono...)	nereida.lopez@uva.es leire.gomez@hmca.uva.es		
Departamento	Historia Moderna, Contemporánea, de América, Periodismo y Comunicación Audiovisual y Publicidad		



1. Situación / Sentido de la Asignatura

1.1 Contextualización

La asignatura **Formatos audiovisuales y nuevas narrativas: transmedialidad, innovación, creatividad y participación**, se enmarca en el Plan de Estudios Superiores (adaptados al EEES) del Máster en Cine, Comunicación e Industria Audiovisual (Código del Plan 640, UVa 2020).

La asignatura pertenece al **Módulo III, Pensar el cine**, desarrollado en el punto 5.1. *Definición general del Plan de Estudios* del citado Máster. Está incluida dentro de la Materia 8. Cine en el contexto digital y se imparte en el segundo cuatrimestre.

Este Módulo III comprende tres Materias: Escribir sobre el cine; La letra en el cine y Cine en el contexto digital:

Denominación de la Materia: Escribir sobre cine (Materia 6)

Asignaturas relacionadas con la Materia

o Periodismo cinematográfico: Crítica. El ensayo: estudio y análisis

o Introducción al análisis de textos fílmicos

Denominación de la Materia: La letra en el cine (Materia 7)

Asignaturas relacionadas con la Materia

o Estética del cine

o Poética del cine

Denominación de la Materia: Cine en el contexto digital (Materia 8)

Asignaturas relacionadas con la Materia:

o Formatos audiovisuales y nuevas narrativas: transmedialidad, innovación, creatividad, participación.

o Cine y Educación mediática

Se trata de una asignatura con carácter **Optativo**, de **4 créditos ECTS**.

La asignatura se desarrolla de forma transversal a lo largo de todo el Máster: se introduce en seminarios desde el mes de octubre y finaliza en el mes de mayo. El horario es de 10 a 14 horas.

1.2 Relación con otras materias

Asignaturas relacionadas con la Materia:

o Formatos audiovisuales y nuevas narrativas: transmedialidad, innovación, creatividad, participación.

o Cine y Educación mediática

1.3 Prerrequisitos

No se establecen requisitos previos.

2. Competencias

2.1 Generales

CB1- Conocer y entender los conocimientos adquiridos y saber aplicarlos en un entorno científico y profesional.

CB2- Transferir las habilidades y conocimientos en nuevos contextos que se le presenten.

CB3- Distinguir, relacionar y analizar las situaciones siendo capaz de solucionar los problemas a partir de los nuevos conocimientos adquiridos.

CB4- Analizar las fuentes, documentales, bibliográficas, orales, que permitan emprender una investigación o trabajo profesional.

CB5- Evaluar y emitir juicios basados en criterios científicos comprobados previamente.

CB6- Transferir y comunicar las conclusiones de forma autónoma y en grupo.

CB7- Adquirir aptitudes retóricas para la escritura, exposición y discusión de proyectos en un contexto profesional.

CB8- Destreza y aptitud para evaluar y finalizar los proyectos planteados: planificación y responsabilidad en el proceso creativo.

CB9- Aplicar los conocimientos adquiridos y ser capaz de transferirlos en un equipo profesional, unificando los propios intereses con los del proyecto colectivo.

2.2 Específicas

Competencias Específicas

CE1- Conocimiento de la ontología del cine y las teorías que le dieron carta de naturaleza; entender el cine como lenguaje capaz de absorber todas las artes.

CE2- Entender el lenguaje del cine: la narración, la puesta en escena. Los mecanismos retóricos que intervienen en su significación

CE5 Conocer y atender las diferentes fases que recorre la realización de una película: desde la idea hasta su estreno en las salas.

CE9- Entender y atender las nuevas tendencias en la industria cinematográfica; las narrativas transmedia. Los nuevos formatos en la cultura digital.

CE11- Entender y atender las nuevas tendencias en la industria cinematográfica; las narrativas transmedia. Los nuevos formatos en la cultura digital.

CE16- Destreza para acometer un Plan de Trabajo.

Competencias específicas asociadas a la asignatura:

CEA1-Distinguir formatos audiovisuales y elaborar juicios críticos sobre la actual producción audiovisual de la industria presente en el mercado y sus consecuencias sociales.

CEA2-Ser capaz de proponer productos alternativos y creativos que aumenten la participación social y la



transmisión de valores positivos al conjunto de la sociedad y avanzar en su diseño.

3. Objetivos

Objetivos generales:

- Proporcionar al alumno una formación de carácter multidisciplinar y especializado, que les permita realizar tareas de investigación en los diferentes campos de las Ciencias Sociales: Historia, Periodismo, Comunicación Audiovisual y Publicidad, Sociología, entre otras.
- Formar profesionales e investigadores que atiendan al perfil de las nuevas demandas de este innovador campo interdisciplinario en el que se entrecruzan otras disciplinas y donde el relato es fundamental para entender y construir las relaciones sociales y personales.
- Dotar a los estudiantes de la suficiente preparación teórica y de las necesarias herramientas teóricas y metodológicas en el campo de la comunicación para que puedan acceder a la profesión y/o a la elaboración y defensa de una tesis doctoral conducente al título de Doctor.
- Formar en capacidades expresivas y en conocimientos de la materia que permitan al estudiante formular juicios razonados acerca de las investigaciones realizadas, plantear proyectos individuales y en grupo, ser autocrítico, plantear cambios y ser innovador...

Objetivos específicos de la asignatura:

- Abordar el estudio y análisis de los distintos formatos audiovisuales presentes en la actualidad en los medios de comunicación, con especial dedicación a los formatos de ficción distribuidos a través de la televisión e Internet y el cine en otras pantallas.
- Observar desde una perspectiva comparada las preferencias de producción y de consumo en productos audiovisuales por parte de la audiencia actual.
- Analizar el proceso de elaboración de un formato y su distribución. Análisis de la relevancia de la recepción de los contenidos, de la influencia de los distintos emisores y de las consecuencias del modo en que se elaboran los relatos para su consumo social.
- Trabajar en la creatividad de nuevos modelos atendiendo a los factores anteriores.

4. Contenidos y/o bloques temáticos

Bloque Único: Géneros y formatos audiovisuales. La idea de un programa. Productoras audiovisuales. Reciclaje e hibridación: viejas y nuevas fórmulas. Nuevas demandas sociales en el consumo mediático. El relato audiovisual hoy como recurso constante de personalización.

La ficción y el cine en otras pantallas. Cambios en el relato: innovación y creatividad. Transmedia y participación.

Carga de trabajo en créditos ECTS:

4

a. Contextualización y justificación

El cine ha dejado de estar exclusivamente en la gran pantalla para pasar a otras plataformas y medios de comunicación como consecuencia de, entre otros, los nuevos modos de producir y consumir contenidos



audiovisuales y ficción, pero también por efecto de la implementación de las nuevas tecnologías, la digitalización y la convergencia mediática e Internet.

En consecuencia, se analizan en esta asignatura las diferencias teóricas, tipológicas y de contenido que muestran las distintas fórmulas de contenidos mediáticos actuales, especialmente aquellas que se difunden mediante otras pantallas, como es el caso de la televisión, las plataformas audiovisuales por Internet, las redes sociales, el cine y la telefonía móvil, dando especial importancia a la construcción del relato, la idea del programa, los objetivos del programador, los valores percibidos por la audiencia y el éxito que obtienen. La pretensión es capacitar al alumno para distinguir géneros y programas audiovisuales a la par que reconocer qué hay detrás de estos productos audiovisuales y cómo influyen en la audiencia y el cambio cultural del presente siglo.

b. Objetivos de aprendizaje

El alumno debe ser capaz de identificar y definir los temas y corrientes de investigación en las áreas de conocimiento implicadas en este Máster. Por tanto, tiene que haber adquirido el necesario conocimiento y comprensión de las estructuras narrativas que ha ido adoptando el lenguaje audiovisual a lo largo de las últimas décadas como base de la actual cultura audiovisual del siglo XXI.

Se trata de:

- Proporcionar al alumno las herramientas básicas de conocimiento para distinguir y comentar reflexivamente el proceso de creación de los programas audiovisuales, desde la idea hasta la distribución (el “tour” del formato), observando las adaptaciones que sufre hasta el momento de su exhibición y comprendiendo el porqué de esos cambios.
- Analizar los elementos comunes y los distintivos de los programas y formatos más característicos de los medios actuales, a la par que conocer su significado para la creación de los mismos.

En general se espera:

- Capacidad de adaptación a un equipo profesional, unificando sus propios intereses con los del proyecto colectivo.
- Conocimiento de los nuevos formatos (y sus relatos) en la cultura digital.

c. Contenidos

Los temas fundamentales que se abordarán en la asignatura son:

1. Nuevos formatos y contenidos audiovisuales. La guerra de las pantallas y los nuevos modelos de negocio para la nueva comunicación.
2. Nuevas narrativas. Transmedia y participación social. *Prosumers*: Prosumidores y generación de contenidos.
3. Diseño, innovación y creatividad audiovisual. La producción audiovisual en pos del *engagement* y el entretenimiento.
4. Audiencias, jóvenes y consumo audiovisual. Transmisión de valores y comportamientos sociales desde la industria audiovisual.

Los aspectos particulares en estos temas se centrarán en:

- a) Espectáculo, personalización y fragmentación: diferencia entre género y formato.
- b) La idea: creadores, motivación, audiencias.
- c) El espíritu comercial habita el molde... Definición y análisis de la audiencia elegida para cada producto audiovisual. Productoras audiovisuales y grandes plataformas. Fórmulas alternativas de coproducción.
- d) Formatos audiovisuales actuales: nuevas tendencias, tipología y clasificaciones. Reciclaje e hibridación. Viejas y nuevas fórmulas de programas. Infoshow: ¿desde el entretenimiento? ¿Se puede innovar a la hora de informar?
- e) Los microformatos. Formatos mini con mucho éxito: un lenguaje propio. Youtubers.
- f) Los relatos en las pequeñas pantallas. Formatos de ficción y entretenimiento: Del "Gran formato" al "Killer format".
- g) Nuevas generaciones, nuevos tiempos: Entretenimiento "cool". El universo multimedia.
- h) Nuevas narrativas audiovisuales. Fenómeno transmedia y adaptación a los media.
- i) Producción algorítmica y narrativa robot. La inteligencia artificial irrumpe en la creación y difusión de contenidos.

d. Métodos docentes

Masterclass
Estudio de caso
Aprendizaje cooperativo
Práctica en grupo de análisis de distintos modelos de programas
Foros de debate
Seminarios
Conferencia de expertos
Posibles talleres *ad hoc*

e. Plan de trabajo

Exposición teórica sobre este apartado del programa
Lectura y discusión de capítulos relativos al tema (académicos y científicos, pero también profesionales), y exposición abierta, individual y/o en grupo, en el aula
Análisis de formatos y programas
Debates y participación en los seminarios y conferencias de expertos

f. Evaluación

Denominación	% máximo y mínimo
Realización de trabajos: Proyecto piloto y diseño de formato	30%
Análisis de casos: Exposición y defensa pública de trabajos	40%
Participación activa en los debates	30%



g Material docente

g.1 Bibliografía básica

Además de la aquí indicada, las profesoras responsables de la asignatura aportarán nueva bibliografía y recursos según el desarrollo de las clases y los intereses del alumnado.

Anderson, C. (2013). Towards a sociology of computational and algorithmic journalism. *New Media & Society*, 15 (7), 1005–1021. <https://doi.org/10.1177/1461444812465137>.

Cascajosa Virino, Concepción (2016). *LA CULTURA DE LAS SERIES*. Barcelona: Laertes.

Dahlgren, P. (1996). Media logic in Cyberspace: Repositioning Journalism and its Publics. *Javnost/The Public* 3 (3), 59-72. <https://doi.org/10.1080/13183222.1996.11008632>.

De Diego, Patricia (2010). *LA FICCIÓN EN LA PEQUEÑA PANTALLA: CINCUENTA AÑOS DE SERIES EN ESPAÑA*. Pamplona: EUNSA.

Fuchs, C. (2014). Digital prosumption labour on social media in the context of the capitalist regime of time. *Time & Society*, 23 (1), 97-123. <https://doi.org/10.1177/0961463X13502117>.

García-Avilés, José Alberto, et al (Ed.) (2019). *LA CRISIS DEL INFORMATIVO TELEVISIVO. CÓMO INNOVAR EN LOS FORMATOS AUDIOVISUALES*. Murcia: Compobell, S.L.

Gordillo, Inmaculada (2009). *MANUAL DE NARRATIVA AUDIOVISUAL*. Madrid: Síntesis.

Gordillo, Inmaculada (2009). *LA HIPERTELEVISIÓN: GÉNEROS Y FORMATOS*. Quito (Ecuador): Ciespal.

Gutiérrez San Miguel, Begoña (2006). *TEORÍA DE LA NARRACIÓN AUDIOVISUAL*. Madrid: Cátedra.

La Calle, Charo (2001). *EL ESPECTADOR TELEVISIVO*. Barcelona: Gedisa.

López Vidales, Nereida; Gómez Rubio, Leire y Medina de la Viña, Elena (2019). LOS FORMATOS DE TELEVISIÓN MÁS CONSUMIDOS POR LOS JÓVENES: TELERREALIDAD Y EMPODERAMIENTO DE LA AUDIENCIA. En *Revista Ámbitos*, 46, pp. 10-27. <https://revistascientificas.us.es/index.php/Ambitos/article/view/9164>

López Vidales, Nereida (2008). *Medios de comunicación, tecnología y entretenimiento: un futuro conectado*. Barcelona: Laertes.

Salgado, Alejandro (coord.) (2010). *CREATIVIDAD EN TELEVISIÓN. ENTRETENIMIENTO Y FICCIÓN*. Madrid: Fragua.

Sangro, Pedro y Salgado, Alejandro (eds.) (2008). *EL ENTRETENIMIENTO EN TV: GUIÓN Y CREACIÓN DE FORMATOS DE HUMOR EN ESPAÑA*. Barcelona: Laertes.

Scolari, Carlos A. (2012). *BLOG HIPERMEDIACIONES*: <https://hipermediaciones.com/2012/12/04/crossmedia-innovation-las-narrativas-transmedia-como-objeto-de-estudio/>

Scolari, Carlos A. (2013). *NARRATIVAS TRANSMEDIA: CUANDO TODOS LOS MEDIOS CUENTAN*. Bilbao: Deusto Ediciones.

g.2 Bibliografía complementaria

GARCÍA MATILLA, Agustín, y MOLINA CAÑABATE, Juan Pedro (2008). Televisión y jóvenes en España. *Revista Comunicar*, 31, v. XVI, págs. 83-90. Madrid.

GARCÍA MATILLA, Agustín (2005). Por una televisión para la educación en sintonía multimedia. *Revista Comunicar*, 25, págs. 33-44. Madrid.

REVISTA FONSECA JOURNAL OF COMMUNICATIONS 2016: <http://revistas.usal.es/index.php/2172-9077/>



g.3 Otros recursos telemáticos (píldoras de conocimiento, blogs, videos, revistas digitales, cursos masivos (MOOC), ...)

Se facilitarán en el campus virtual.

h. Recursos necesarios

Es imprescindible tener acceso al campus virtual. En algunas clases puede requerirse el uso de ordenador personal.

i. Temporalización

CARGA ECTS	PERIODO PREVISTO DE DESARROLLO
BLOQUE UNICO	Marzo/Mayo de 2022 (Al tratarse de una asignatura transversal se facilitará el horario de seminarios concretos a principio de curso: octubre, noviembre y febrero de 2021-2022)

5. Métodos docentes y principios metodológicos

Masterclass
Estudio de caso
Aprendizaje cooperativo
Práctica en grupo de análisis de distintos modelos de programas
Foros de debate
Seminarios
Conferencia de expertos
Posibles talleres *ad hoc*

6. Tabla de dedicación del estudiante a la asignatura

ACTIVIDADES PRESENCIALES	HORAS	ACTIVIDADES NO PRESENCIALES	HORAS
Clases magistrales	5	Estudio y trabajo autónomo individual	25
Clases prácticas/Masterclass	10	Estudio y trabajo autónomo grupal	35
Seminarios y Workshops	15		
Evaluación y tutorías	10		
Total presencial	40	Total no presencial	60
		TOTAL presencial + no presencial	100

7. Sistema y características de la evaluación

INSTRUMENTO/PROCEDIMIENTO	PESO EN LA NOTA FINAL	OBSERVACIONES
Realización, presentación de trabajo creativo en grupo y defensa del mismo	30%	No se evaluará de forma separada ninguno de los apartados. Para superar la asignatura es necesario aprobar la realización y presentación del trabajo y haber participado y colaborado al menos en el 50% de los seminarios/talleres realizados.
Asistencia y participación en los debates	40%	
Colaboración en los seminarios y/o talleres que se propongan	30%	

CRITERIOS DE CALIFICACIÓN

- **Convocatoria ordinaria:** Asistencia presencial o virtual en su caso a seminarios y debates en el curso y presentación de proyecto en grupo.
- **Convocatoria extraordinaria:** Presentación individual de proyecto.

8. Consideraciones finales

Se realiza evaluación continua. Como nota importante, se indica que cualquier indicio de plagio en alguno de los trabajos de la asignatura, tendrá un 0 según normativa de la UVA.

