



## DEL SET AL STREAMING: ECOSISTEMAS DE PRODUCCIÓN AUDIOVISUAL EN LA ERA DIGITAL

Este curso ofrece una panorámica crítica y comparada de los dos grandes modelos de comunicación audiovisual contemporánea: la televisión lineal (*broadcast*) y el *streaming* (*narrowcast*). A partir de una aproximación histórico-conceptual, se examina la transición desde la experiencia colectiva y sincrónica del *prime time* hacia formas de consumo individualizadas, asincrónicas y mediadas por algoritmos. El programa profundiza en los efectos de este cambio sobre las narrativas (del capítulo semanal al *binge-watching* y los lenguajes *mobile-first*), sobre los procesos de producción (estándares técnicos, localización, accesibilidad y gobierno de metadatos) y sobre la propia definición de “éxito” en el sector (de *rating/share* a retención, finalización y *churn*).

La propuesta adopta una perspectiva de continuidad transformada: reconoce la vigencia de las artesanías del audiovisual (guion, cámara, montaje, sonido) al tiempo que analiza cómo infraestructuras, interfaces y métricas reorganizan la visibilidad y la circulación de contenidos. El curso incorpora lecturas recomendadas de carácter académico y técnico, seleccionadas por su relevancia y actualidad, que permiten al estudiantado dialogar con marcos teóricos y con documentación profesional de referencia.

Cada tema se cierra con una actividad de autoevaluación –formativa y no calificable– diseñada para afianzar conceptos, favorecer la transferencia a casos reales y promover un aprendizaje autónomo y reflexivo. En conjunto, el itinerario proporciona herramientas para comprender el ecosistema mediático híbrido de 2025 y para argumentar, con rigor, decisiones creativas, editoriales y de diseño de producto en contextos *broadcast* y de plataforma.



## Objetivos

Al finalizar, el alumnado será capaz de:

- **Distinguir** con precisión los dos modelos –**broadcast** (televisión lineal) y **streaming**– en su distribución, experiencia de consumo y modelo económico.
- **Comparar** las **narrativas** de emisión semanal y de **binge-watching**, e **identificar** los rasgos de los nuevos lenguajes (móvil/vertical, formatos cortos e interactividad).
- **Analizar** cómo la **interfaz** y la **recomendación algorítmica** (portadas personalizadas, carruseles, Top 10, miniaturas) influyen en el **descubrimiento** y la **retención** de contenidos.
- **Reconocer** los **requisitos básicos de producción** para plataformas (entregables multiformato, subtítulos/CC, localización multilingüe, materiales de marketing) frente al flujo clásico de broadcast.
- **Interpretar** y **contrastar** métricas: **rating/share** (TV lineal) vs. **retención**, **finalización** y **churn** (plataformas), extrayendo **conclusiones** para estrategia de contenidos.
- **Evaluar** la idea de “**falsa democratización**”: diferenciar entre facilidad de publicar y dificultad de ser visible; **identificar** estrategias básicas de visibilidad responsable y diversificación de ventanas.
- **Explicar** con ejemplos la tensión **continuidad vs. ruptura**: qué artesanías persisten (guion, cámara, montaje) y qué cambia (datos, algoritmos, experiencia individualizada).
- **Aplicar** criterios sencillos de **paratextos eficaces** (título, miniatura, sinopsis, preview) para mejorar la **probabilidad de elección** sin



# DEL SET AL STREAMING: ECOSISTEMAS DE PRODUCCIÓN AUDIOVISUAL EN LA ERA DIGITAL

empobrecer la propuesta creativa.

- **Reconocer** consideraciones **éticas y de acceso**: accesibilidad (subtítulos/CC), privacidad de datos, derechos de autor y uso responsable de IA en el ciclo de producción.
- **Argumentar** de forma crítica el impacto cultural y social del paso del **prime time** colectivo a los **ecosistemas personalizados**, integrando conceptos y lecturas del curso.

## Contenidos (6 temas)

### Tema 1 · De la televisión tradicional al streaming

Comparativa fundacional: del broadcast (emisión lineal, ritual social y memoria compartida) al streaming (bajo demanda, multi-dispositivo, personalización).

Cambio cultural además de tecnológico: del espectador adaptado a la parrilla al usuario empoderado pero mediado por interfaces y algoritmos.

### Tema 2 · Evolución de los formatos y narrativas

De la ingeniería del capítulo semanal (recaps, cliffhangers, actos con cortes publicitarios) a la densidad y continuidad del binge. Lenguajes mobile-first (9:16, subtítulos grandes, lectura sin audio) e interactividad (ramificaciones, directo, chat/comunidad).

### Tema 3 · Producción digital para plataformas vs. broadcast

Redistribución de costes hacia OPEX digital, paquetes IMF/HDR y localización simultánea. Perfiles 'en T' (artesanía + datos/accesibilidad/compliance), ritmos always-on/near-live y profesionalización del packaging (metadatos, artes, A/B).

### Tema 4 · Medición de audiencias y 'éxito': del rating/share a la retención/engagement

Del dato sindicado (rating, share, minuto de oro) a la telemetría por usuario (retención por tramo, finalización, re-visionados, churn, LTV por título).

Implicaciones creativas, editoriales y de negocio en la toma de decisiones.



## Tema 5 · Programación vs. recomendación: del prime time al algoritmo

Del poder editorial humano (parrillas/bloques) a sistemas de recomendación (ranking por usuario). El paratexto de interfaz (thumbnails, hero art, previews) como variable algorítmica que determina CTR y descubrimiento.

## Tema 6 · ¿Continuidad o ruptura? Televisión y streaming en una ecología mediática

Persisten oficios y gramática (cámara, luz, montaje), pero cambian infraestructuras, métricas y gobernanza. La televisión se platformiza: continuidad transformada más que ruptura absoluta.

## Autoevaluación

- Un test de autoevaluación por tema
- La respuesta correcta aparece al final de cada test para que compruebes tu aprendizaje al momento.
- No hay calificación ni registro: es solo para que te auto-verifiques.