



Universidad Internacional de La Rioja
Facultad de Ciencias Sociales y Humanidades

Grado en Comunicación

**Narrativa transmedia de no ficción y
divulgación científica: principios y
propuesta para divulgar en emergencias**

Trabajo fin de estudio presentado por:	Samuel García Moreno
Tipo de trabajo: Académico/Profesional	Académico
Grupal/Individual	Individual
Director/a:	Fernando Martínez Vallvey
Fecha:	10 de julio de 2024

Resumen

La narrativa transmedia de no ficción es una potente herramienta para la creación y transmisión de contenidos, específicamente útil para adaptar conocimientos científicos prácticos a las audiencias, capaz de generar interacción con ellas y facilitar la asimilación natural de conceptos complejos (aprendizaje transmedia).

Presento una propuesta de narrativa transmedia de no ficción, dirigida a transmitir a los primeros intervinientes potenciales no profesionales qué hacer, y qué no, en los instantes iniciales de cualquier tipo de emergencia. Esta presentación se basa en una amplia revisión bibliográfica, en entrevistas a trabajadores y responsables de los servicios de emergencias extrahospitalarias en La Rioja (para clarificar qué transmitir), en entrevistas a profesionales del ámbito de la Comunicación de la misma región (con el fin de proponer cómo hacerlo) y en los conocimientos adquiridos durante la realización del Grado en Comunicación.

El autor del presente trabajo, médico de emergencias de profesión, apoyado en la sistemática preconizada por reputados autores del ámbito de la Comunicación y siguiendo la lógica del *content telling*, refleja las conclusiones de todo lo anterior en una propuesta que aúna su experiencia profesional y los conocimientos adquiridos sobre la narrativa transmedia en la Universidad Internacional de La Rioja.

Palabras clave: narrativa transmedia, divulgación científica, emergencias, *content telling*, aprendizaje transmedia.

Abstract

Transmedia non-fiction narrative is a powerful tool for creating and disseminating content, particularly useful for adapting practical scientific knowledge to various audiences. It is capable of generating interaction with these audiences and facilitating the natural assimilation of complex concepts (transmedia learning).

I present a proposal for a transmedia non-fiction narrative aimed at instructing potential non-professional first responders on what to do, and what not to do, in the initial moments of any type of emergency. This presentation is based on an extensive literature review, interviews with workers and managers of out-of-hospital emergency services in La Rioja (to clarify what to convey), interviews with communication professionals from the same region (to propose how to convey it), and in the knowledge acquired during the completion of a degree in Communication.

The author of this work, a professional emergency physician, supported by the systematic approach advocated by renowned authors in the field of Communication and following the logic of content telling, reflects the conclusions of all the above in a proposal that combines his professional experience and the knowledge acquired on transmedia narrative at the International University of La Rioja.

Keywords: transmedia narrative, scientific dissemination, emergencies, content telling, transmedia learning.

Índice de contenidos

1. Introducción	8
1.1. Justificación de la temática: hipótesis, preguntas y problemas planteados	9
1.2. Objetivos	10
1.2.1. Objetivo general	10
1.2.2. Objetivos específicos	10
1.3. Metodología	11
1.3.1. Metodología para la consecución del objetivo general	11
1.3.2. Metodología para la consecución de los objetivos específicos	11
2. Marco teórico	14
2.1. Introducción a la transmedia de no ficción.....	14
2.2. Transmedia y divulgación: el “aprendizaje transmedia”	15
2.3. Propuestas metodológicas y modelos más relevantes para la producción de transmedias de no ficción.....	17
2.3.1. El sistema activo de la historia (Pratten, 2015).....	18
2.3.2. La biblia transmedia (Hayes, 2011)	21
2.3.3. El guion transmedia para contar con todos los medios	22
2.4. Gamificación en el entorno transmedia	25
2.5. Ejemplos de éxito de transmedias de no ficción para la divulgación científica.....	26
2.6. Conclusiones del marco teórico	28
3. Contextualización	30
3.1. Definiciones	30
3.2. Características del problema.....	30
3.3. Contexto divulgativo y audiencias	31
3.3.1. Situación actual de la divulgación en emergencias extrahospitalarias	31

3.3.2. Público objetivo	34
3.4. Análisis DAFO.....	36
3.4.1. Análisis interno	36
3.4.2. Análisis externo	37
4. Resultados	39
5. Conclusiones: respuesta a los objetivos propuestos	46
6. Limitaciones y prospectiva	61
Referencias bibliográficas	63
Anexo A. Plantillas de Anahí Lovato (2018) para presentar propuestas de narrativas transmedia	71
Anexo B. Cuestionario dirigido a profesionales de instituciones de la emergencia extrahospitalaria de La Rioja	78
Anexo C. Modelo de consentimiento informado y firmas de los profesionales de la emergencia entrevistados.....	80
Anexo D. Cuestionario dirigido a profesionales de la Comunicación de La Rioja	88
Anexo E. Modelo de consentimiento informado y firmas de los profesionales de la Comunicación entrevistados	90
Anexo F. Ejemplos de contenido dirigido al ciudadano en las páginas web de instituciones profesionales de la emergencia	96
Anexo G. Fotografías de jornadas en centros educativos riojanos, impartidas por profesionales de la emergencia.....	100
Anexo H. Esquema del programa radiofónico “La tramoya de emergencias”, de elaboración propia	102

Índice de tablas.

Tabla 1 <i>DAFO</i>	38
Tabla 2 <i>Conclusiones de las entrevistas realizadas a los diferentes representantes de las instituciones implicadas en la asistencia a la emergencia extrahospitalaria en La Rioja.</i>	39
Tabla 3. <i>Conclusiones de entrevistas a profesionales de la Comunicación en La Rioja</i>	42

Índice de figuras.

Figura 1. <i>Evolución de las demandas asistenciales de los servicios de urgencias y emergencias 112/061, en España, entre 2012 y 2021.</i>	31
Figura 2. <i>Evolución de la penetración de los diferentes medios desde el año 2015.</i>	34
Figura 3. <i>Audiencia general de medios en 2024.</i>	34
Figura 4. <i>Penetración por targets de Internet en el primer trimestre de 2024.</i>	35
Figura 5. <i>Penetración por targets de los medios externos en el primer trimestre de 2024.</i>	35
Figura 6. <i>Penetración por targets de la televisión en el primer trimestre de 2024.</i>	35
Figura 7. <i>Penetración por targets de la radio en el primer trimestre de 2024.</i>	36

1. Introducción

Las nuevas tecnologías han supuesto un cambio de paradigma en la comunicación humana global y han posibilitado el desarrollo de nuevas herramientas de *storytelling*. Una de ellas es la narrativa transmedia, definida como un relato cuya historia se desarrolla y expande en múltiples medios y plataformas, aportando cada uno de ellos una parte que complementa a la del resto, si bien cada parte puede funcionar como relato individual, y en cuya creación tiene un papel importante la participación activa de sus consumidores (Scolari, 2015).

La transmedia, empleada prolijamente en el entorno de la ficción, puede ser utilizada también al servicio de la divulgación y, específicamente, al servicio de la divulgación científica dentro de la denominada “narrativa transmedia de no ficción”. La aplicación de la misma como herramienta útil para la divulgación científica, dirigida específicamente al aprendizaje, es una disciplina joven, cuya aplicación viene procurándose desde hace menos de una década en diferentes ámbitos. En este tiempo ha demostrado un enorme potencial, al permitir un aprendizaje natural de los contenidos, en un contexto donde el desarrollo tecnológico e Internet han cambiado las reglas del juego educativo.

Jenkins (2006) definió las características fundamentales de la narrativa transmedia: expansión (capacidad del usuario para difundir o compartir contenidos) *versus* (vs.) profundidad (nivel de información y capacidad para ahondar en ellos), continuidad (complementariedad en los lenguajes entre diferentes medios) vs. multiplicidad (se crean múltiples experiencias desde un argumento común), inmersión vs. extracción (se busca que el usuario “bucee”, pero en un contenido con encaje en el mundo real), construcción de mundos que den verosimilitud al relato, serialidad (periodicidad que entrelaza diferentes medios), subjetividad (participación, en el relato nuclear, de múltiples personajes que lo enriquecen) y realización conjunta o rendimiento (los consumidores del relato pueden crear contenidos afines o complementarios, convirtiéndose en *prosumidores* del mismo).

El presente Trabajo de Fin de Grado (TFG) propone definir las características de un proyecto transmedia aplicado a la divulgación científica. Específicamente, dirigido a la formación y entrenamiento de los primeros intervinientes potenciales (población general) en las emergencias extrahospitalarias (aquellas que acontecen fuera de un centro sanitario).

1.1. Justificación de la temática: hipótesis, preguntas y problemas planteados

Parto de la siguiente hipótesis: la narrativa transmedia de no ficción es una herramienta útil para informar, entretener y formar a la audiencia a un tiempo, válida para transmitir de forma efectiva conocimientos y destrezas de especial trascendencia para la supervivencia y la correcta actuación en casos de emergencia. Específicamente, señalo su potencial en la divulgación de contenidos científicos, avalados por las principales instituciones profesionales de dicho ámbito, relativos a situaciones tan cotidianas y complejas como una emergencia extrahospitalaria: la narrativa transmedia de no ficción posibilita la formación de los potenciales intervinientes no profesionales (población general) en los momentos iniciales de dichos acontecimientos, mediante el diseño de experiencias que les enseñen a afrontarlos.

El diseño de dicha transmedia es un reto complejo, dada la variabilidad de los escenarios de la emergencia extrahospitalaria y su casuística, la diversa variedad de los profesionales implicados en la resolución de estas situaciones o los aspectos emocionales que suscitan tales situaciones, entre otros muchos factores. No obstante, la resolución exitosa de los problemas que ocurren en dicho ámbito requiere la intervención adecuada de los primeros intervinientes (potencialmente, cualquier ciudadano) y esta sólo puede conseguirse si se ha dotado a la población de conocimientos y un entrenamiento elemental previo.

Los profesionales implicados en la resolución de las emergencias, en general, evidencian una formación específicamente orientada a la asistencia. Es lógico hipotetizar que las instituciones reguladoras de la actividad de dichos profesionales, en sus diferentes competencias, deben decidir qué contenidos serán de utilidad a la población general con el fin de clarificar su papel y mejorar los resultados su actuación; correspondería al profesional de la comunicación decidir cómo han de ser transmitidos esos conocimientos a la ciudadanía. Ambas perspectivas deben coordinarse para formar eficazmente a la población.

Propongo la creación de una narrativa transmedia sobre la urgencia y la emergencia extrahospitalaria, dirigida a la población general, con un doble propósito: capacitar a la ciudadanía frente a situaciones de riesgo vital (ayudándola a asimilar información sobre qué hacer y qué no hacer en escenarios tales como accidentes de tráfico, incendios, atención inicial a personas con patologías tiempo-dependientes -infartos, ictus, etc.-) y mejorar, en consecuencia, la eficiencia de los recursos de emergencias profesionales que actúen

posteriormente. La narrativa transmedia, dirigida a la formación de la población general como primera interviniente potencial en estos escenarios, podría resultar en un mejor pronóstico global de las víctimas y en una mayor eficiencia de los servicios asistenciales.

La narrativa transmedia de no ficción es una disciplina joven, que ha sido utilizada en el campo del marketing (Merino-Cajaraville, 2022), de la divulgación científica (Chomón-Serna & Busto-Salinas, 2018; Pérez-Manzano & Almela-Baeza, 2018), con fines sociales (Cardozo Rivera & Madariaga Ortuzar, 2021), educativos (Lugo Rodríguez, 2016) e incluso políticos (Montoya-Bermúdez & Ferré-Pavia, 2022). Surgen aquí varias preguntas, relativas a qué puede aportar la transmedia de no ficción al ámbito educativo y social en el entorno propuesto; cómo se puede articular, técnicamente, una transmedia de emergencias dirigida a la población general; qué piezas deberían integrarla; qué contenidos básicos deberíamos incorporar o cómo podríamos medir su impacto y su interacción con la audiencia.

Existen interesantes propuestas metodológicas que sistematizan el proceso creativo para narrativas transmedia en el campo de la no ficción (Hayes, 2011; Lovato, 2018; Pratten, 2015; Romero, 2023), y que serán útiles para dar respuesta a los objetivos del presente TFG y a las preguntas anteriormente planteadas.

El punto de partida de este ambicioso proyecto, que por definición ha de crecer a través la participación de su audiencia, debe situarse en unas coordenadas espaciales y temporales concretas: el autor del presente TFG, médico de emergencias extrahospitalarias en la Comunidad Autónoma de La Rioja, parte de su contexto profesional, académico y geográfico para proponer esta transmedia, como desarrollaré posteriormente.

1.2. Objetivos

1.2.1. Objetivo general

- Elaborar el esquema básico teórico de una narrativa transmedia de no ficción, dirigida a la divulgación de conocimientos científicos útiles en situaciones cotidianas del ámbito de la emergencia extrahospitalaria en la Comunidad Autónoma de La Rioja.

1.2.2. Objetivos específicos

- Definir qué **características y componentes** de la narrativa transmedia de no ficción son de utilidad para la divulgación científica en el ámbito reseñado.

- Clarificar la importancia y el **papel de los primeros intervinientes** en una emergencia extrahospitalaria, según las principales instituciones profesionales participantes en la resolución de dichos problemas en la Comunidad Autónoma de La Rioja.
- Establecer, dentro de la amplia casuística conocida por el autor en relación al ámbito de la urgencia y la emergencia extrahospitalaria, algunos escenarios para diferentes piezas (audiovisuales y otras) que configurarán la transmedia propuesta (**escenarios tipo**), así como **casos y protagonistas tipo** de utilidad para desarrollar las piezas propuestas.
- Establecer qué tipo de piezas y componentes de una transmedia pueden servir a la creación de experiencias para la transmisión de conocimientos específicos, en cada caso concreto, y proponer ejemplos prácticos (**piezas audiovisuales y componentes transmediales tipo**).
- Definir la interrelación coherente de los diferentes componentes de la transmedia y los sucesos contenidos en ellos, para mejorar la formación de los primeros intervinientes potenciales, no profesionales, en emergencias extrahospitalarias concretas.
- Analizar el papel de los profesionales de la Comunicación en la divulgación de contenidos prácticos relacionados con la primera intervención no profesional en emergencias.
- Proponer un **plan de ejecución** preliminar de la narrativa transmedia propuesta, para definir la prospectiva clara de un proyecto factible y de eficacia evaluable.

1.3. Metodología

1.3.1. Metodología para la consecución del objetivo general

Se presentará el esquema básico de la narrativa transmedia propuesta, tras la consecución de los objetivos específicos, mediante el uso de las plantillas facilitadas por Lovato (2018), descritas en el marco teórico y recogidas en el Anexo A. Se dará respuesta a cada objetivo específico, asimismo, en dichas plantillas.

1.3.2. Metodología para la consecución de los objetivos específicos

- Las **características y componentes de una narrativa transmedia de no ficción**, de utilidad para la divulgación científica en el ámbito reseñado, serán definidos mediante una revisión de la literatura académica disponible, sistematizada en el apartado “Marco teórico”.

- Para clarificar el **papel de los primeros intervinientes potenciales no profesionales** en la emergencia extrahospitalaria, se ha utilizado la siguiente metodología:
 - o Revisión bibliográfica, sistematizada en el apartado “Contexto” del presente TFG.
 - o Entrevista semiestructurada de cuestionario abierto (recogido en el Anexo B) a profesionales, trabajadores y representantes de las instituciones encargadas de la asistencia profesional a la emergencia extrahospitalaria en la Comunidad Autónoma de La Rioja, donde desempeña su actividad laboral como médico de emergencias el autor del presente trabajo. El fin de la misma es exploratorio y cada pregunta tiene un objetivo (reseñado en el anexo). Durante los meses de abril y mayo de 2024 fueron entrevistados, personalmente, el Sargento de Formación y dos Cabos del Consorcio de Extinción de Incendios y Salvamento de La Rioja (CEIS Rioja), el Director General del Cuerpo de Bomberos de Logroño, el Coordinador de Equipos del Servicio de Emergencias Sanitarias 061 de La Rioja, el Inspector Jefe de la Policía Nacional en La Rioja, el responsable de Medios Aéreos de Policía Nacional en La Rioja, una Jefa de Sala del Centro Coordinador de Emergencias (112) de La Rioja y una teleoperadora del mismo centro, un Técnico Municipal de Protección Civil de La Rioja y una coordinadora del Centro Operativo de Servicios (C.O.S.) de la Guardia Civil.

Dichas personas fueron seleccionadas mediante muestreo crítico (muestra escogida por el autor, en base a su conocimiento acreditado sobre la emergencia) y mediante la técnica de sondeo de bola de nieve (partiendo de cada entrevistado). El rango de cada uno de estos profesionales da fe de su conocimiento en el campo sobre el que se le entrevista: todos tienen experiencia, ostentan puestos de responsabilidad que implican capacitación para la toma de decisiones en el abordaje de la emergencia y conocen en profundidad la casuística, los recursos útiles para la resolución de los problemas relacionados y la realidad divulgadora de sus respectivos servicios. Se justifica dicha selección por la evidente pertinencia de los mismos y por la accesibilidad del autor a dichos expertos. Todos firmaron el consentimiento informado que recoge el Anexo C (se añaden las páginas firmadas de cada uno de los sujetos referidos, escaneadas, en el mismo anexo).
 - o Revisión de los contenidos ofertados, dirigidos a la información y formación de los primeros intervinientes potenciales no profesionales, desde las páginas web oficiales de las instituciones comentadas (se incluye en el apartado “Contextualización”).

- Para proponer los escenarios de cada una de las piezas que configurarán la transmedia (**escenarios tipo**) y los contenidos a transmitir para mejorar la intervención de los primeros intervinientes en diferentes situaciones concretas (**casos y protagonistas tipo**), utilizaré la mencionada revisión bibliográfica y las entrevistas reseñadas en el objetivo anterior (cuestionario incluido en el Anexo B).
- La propuesta de ejemplos prácticos (**piezas audiovisuales y componentes tipo, así como sus interrelaciones**) vendrá definida por:
 - o Las conclusiones de las entrevistas explicadas anteriormente.
 - o Las conclusiones de las entrevistas semiestructuradas de cuestionario abierto realizadas a profesionales de la Comunicación de La Rioja en el mes de mayo de 2024 (cuestionario recogido en el Anexo D): fueron entrevistados el Coordinador de Comunicación Institucional del Gobierno de la Rioja, el Director de Gabinete de la Consejería de Salud y Políticas Sociales del Gobierno de la Rioja, el fundador de la organización profesional de videojuegos *Capacitanes eSports Club* (trabajador también de la Sociedad Riojana de Cuidados -La Rioja Cuida-), la responsable del Gabinete de Comunicación del Servicio Riojano de Salud y periodistas de medios analógicos y digitales locales (una redactora de la Cadena SER en La Rioja, un redactor del diario La Rioja y un redactor del Centro Territorial de RTVE de La Rioja). Dichos profesionales se seleccionaron mediante muestreo crítico y un sondeo de bola de nieve. Se justifica dicha elección de la misma forma que la de los entrevistados anteriormente. Todos firmaron el consentimiento informado recogido en el Anexo E, donde se añaden las páginas firmadas de cada uno de los sujetos referidos.
 - o Revisión bibliográfica expuesta en el “Marco teórico”.
- Se esbozará un **plan de ejecución** preliminar de la narrativa transmedia propuesta, para lo cual será de utilidad la revisión bibliográfica realizada, el estudio del contexto divulgativo y de las tendencias del consumo entre las audiencias mediante el análisis del Estudio General de Medios (AIMC, 2024) y la información extraída a partir de las entrevistas referidas. La medida del impacto de la transmedia dependerá de la realización efectiva del proyecto y sus componentes (que escapa, por motivos obvios, a los objetivos del presente TFG): se mencionarán algunas consideraciones al respecto en el apartado de prospectiva y limitaciones.

2. Marco teórico

2.1. Introducción a la transmedia de no ficción

Jenkins (2006) definió tres conceptos fundamentales asociados a la transmedia: la convergencia mediática (que se refiere al flujo de contenidos en múltiples plataformas, a la cooperación entre multitud de industrias de medios y al comportamiento migratorio de las audiencias en los medios de comunicación debidos a los cambios industriales, tecnológicos, sociales y culturales), la cultura participativa (en contraste con la antigua concepción del espectador como un ente pasivo, consideró que los participantes interactúan bajo un nuevo conjunto de reglas: las empresas tienen un gran poder, pero ciertos consumidores tienen mayor capacidad que otros para participar en la elaboración de esta cultura emergente como prosumidores -productores y consumidores al mismo tiempo-) y la inteligencia colectiva (fuente de poder mediático que se aprende mediante las interacciones cotidianas en el contexto referido, no solo de ocio, sino también para otros objetivos sociales).

El proyecto *Transmedia Literacy*, que investigó desde una perspectiva etnográfica los hábitos mediáticos y transmediáticos de los jóvenes, ofreció una taxonomía de los componentes de la alfabetización transmediática, de la que se deriva una importante relación entre la transmedia y la educación: los jóvenes “transmedian”, hasta cierto punto, de un modo natural (Scolari, 2018). En lo educativo, predomina una visión constructivista y conectivista: algunos autores han preconizado que la transmedia funciona como producto mediático, como fenómeno que requiere una alfabetización especial del sujeto y como un modo de diseñar experiencias de aprendizaje (González-Martínez et al., 2019).

Tanto Jenkins (2006) como Scolari (2018) entendieron que la producción transmedia y la participación de la audiencia en ella son oportunidades para el aprendizaje. Las diferentes aproximaciones didácticas, junto a la presencia o no de diversos elementos y su protagonismo, permite distinguir entre transmedias *storytelling* (una historia o narrativa se despliega mediante transmedia), *storybuilding* (se introducen contenidos con una historia de menor potencial), *contenttelling* (despliegue, no de una historia, sino de una serie de contenidos) o *play* (juego, con o sin contenidos concretos a divulgar) (Meyerhofer-Parra & González-Martínez, 2022). En el presente TFG utilizaré fundamentalmente la lógica de la transmedia *contenttelling* (González-Martínez & Meyerhofer-Parra, 2023), pues persigo la

divulgación de contenidos específicos a la población general mediante el uso de la transmedia.

2.2. Transmedia y divulgación: el “aprendizaje transmedia”

La narrativa transmedia de no ficción es una herramienta útil para crear universos aptos para la divulgación científica (Romero, 2023). Conviene reseñar que la tipificación de productos transmedia como contenidos de “ficción” y/o de “no ficción” no debe confundirse con la atribución de realidad o falsedad a los contenidos presentados. Tanto un documental como una película pueden reflejar una parte de la realidad o, específicamente, del contexto en que se crean dichas piezas. Se colige que la “ficción” y la “no ficción” permiten una aproximación diferente a una misma realidad. La transmedia, en este sentido, ofrece pasar de una narración lineal a la presentación de una realidad creada.

Una revisión sistemática de la escasa literatura científica existente sobre la narrativa transmedia, y su potencial en los procesos de enseñanza-aprendizaje, sentó las bases para abordar el trasfondo conceptual de la misma en las prácticas educativas (Sánchez-Caballé & González-Martínez, 2023). La escasez bibliográfica al respecto se debe, fundamentalmente, a que el “aprendizaje transmedia” es un concepto con menos de una década de historia.

Fleming definió el “aprendizaje transmedia” como *“la aplicación de técnicas narrativas combinadas con el uso de múltiples plataformas para crear un entorno de aprendizaje inmersivo, que permita múltiples puntos de entrada y salida para aprender y enseñar. El concepto unificador del entorno de aprendizaje es importante porque puede convertirse en un escenario de aprendizaje con pocos límites, si es que tiene alguno”* (Fleming, 2013, pp.2). Esto implica una “democratización” del proceso de aprendizaje (en el que participan los emisores y receptores de los mensajes, alternando su papel de emisor-receptor o productor-consumidor), una importante variedad de posibilidades en la accesibilidad a los contenidos, la participación de los sujetos que aprenden de forma activa (con las herramientas que quieran y cuando quieran usarlas) y el uso de plataformas para crear una experiencia unificada, pero donde ningún autor tiene todo el control de la misma (Tombleson, 2024).

Dicha concepción de la transmedia de no ficción en el ámbito educativo tiene un posicionamiento socioconstructivista, que sitúa al estudiante en el centro: se trata de utilizar elementos de la vida cotidiana para reforzar el aprendizaje, dada su relación con

conocimientos previos y su enfoque eminentemente práctico. Todo ello tiene un enorme potencial para “enganchar” a los alumnos (Davis, 2017; Dickinson-Delaporte et al., 2020; Raybourn et al., 2019).

El abordaje socioconstructivista del aprendizaje transmedia pone de relieve la importancia de tres elementos fundamentales: la narrativa como eje didáctico, la tecnología y la interacción o dimensión colectiva (Sánchez-Caballé & González-Martínez, 2023). Cualquier experiencia de aprendizaje transmedia es una narrativa, con poder motivacional y aspecto de reto, basado en elementos de la vida cotidiana, que involucra y motiva a su audiencia, con infinitas posibilidades de desarrollo y aprendizaje (Rodrigues & Bidarra, 2014). No existen medios o tecnologías predeterminados, ni es fijo el orden en que aparecen dichos elementos: se puede participar en la transmedia fuera de los centros de formación, para lo cual se precisa una alfabetización digital (Pereira & Pedro, 2020).

Por otro lado, la dimensión colaborativa y colectiva del aprendizaje transmedia obedece a un enfoque conectivista (Gutiérrez, 2012): se crean comunidades comunicativas presenciales o virtuales, y surgen conceptos como la transmedialidad compartida o la transautoría (Campalans, 2014; Rodrigues & Bidarra, 2014; Valdés Sánchez et al., 2016).

La narrativa transmedia en el entorno de enseñanza y aprendizaje aporta, por tanto, la posibilidad de extender los ambientes educativos, la ubicuidad e integración de sus contenidos en lo cotidiano, la posibilidad de nutrir la narrativa mediante los aportes de la audiencia, la creación de conexiones entre lo curricular y lo extracurricular (lo que favorece mayor implicación personal y mejor asimilación de conceptos), la personalización del aprendizaje (en tanto que favorece la motivación e iniciativa personal del usuario), la oportunidad de enfrentar más amablemente materias extensas y variadas (lo cual es de gran utilidad en los contenidos relacionados con el objetivo del presente TFG), o la integración de audiencias con diferentes grados de alfabetización que se retroalimentan entre sí y permiten el origen de diferentes puntos de vista respecto a un mismo concepto (Raybourn et al., 2019). Para todo ello, se precisa alcanzar y mantener relaciones participativas y reafirmar conexiones sociales entre los usuarios: se debe, por tanto, rastrear la interacción con el fin de adaptar contenidos y guiar a los usuarios a la profundización en los mismos (Fleming, 2013).

La elaboración de una narrativa transmedia eficaz para el aprendizaje y la divulgación es un gran desafío: primero, hay que detectar las posibilidades de cada una de las piezas y determinar cómo se van a integrar; después, se debe definir cuidadosamente la narrativa, los personajes, las interacciones que se producirán, el espacio en que se situará la trama, etc. procurando que la narrativa encaje con los contenidos y las habilidades a desarrollar (Rodrigues & Bidarra, 2014); los aspectos más complejos requieren, además, un mayor número de recursos: grabación de contenidos, especialización de programas, desarrollo tecnológico, monitorización de las interacciones, etc. (Dickinson-Delaporte et al., 2020). El presente TFG, como señalé en el apartado de objetivos, no pretende ofrecer la elaboración final de cada una de las piezas de la transmedia propuesta (tal proyecto forma parte de la prospectiva del mismo), sino una estructura coherente de la misma.

Crear una transmedia apta para la divulgación de contenidos de no ficción supone diseñar un entorno mediante una estrategia de “ficcionalización” de lo real, para que los participantes en el mismo lo puedan experimentar. Se trata de crear un mundo narrativo realista, con una historia que capte la atención y sea válida para la divulgación: en lugar de contarse que “una escena es emocionante”, por ejemplo, se construye una escena que emocione al usuario sumergiéndolo en ella. Parte de la autoría del relato se cede al público y a otros narradores, lo que transforma la producción en un mundo abierto por definición.

2.3. Propuestas metodológicas y modelos más relevantes para la producción de transmedias de no ficción

La creación de una narrativa transmedia implica el diseño de experiencias multimedia, donde los usuarios reinventen y analicen conocimientos por sí mismos: se brindan escenarios y se permite al usuario identificarse en distintas situaciones y problemas, con una perspectiva tan afectiva como lógica (Romero, 2023). Conviene tener en cuenta los elementos más básicos en la creación de estos escenarios: el *mythos* (narración fundacional que da sentido a la situación, o historia de fondo que la audiencia debe conocer para poder interactuar con la línea argumental de la narración), el *topos* (aspecto crono-geográfico) y el *ethos* (reglas y sistemas de creencias operantes en el universo, imprescindibles para conocer cómo comportarse en el mundo si uno juega un papel en él): en narrativas transmedia de no ficción, los dos últimos aspectos coinciden con la realidad cotidiana (Romero, 2023).

Algunos autores sostienen que la transmedia, como evolución narrativa en un ecosistema de medios de creciente complejidad, conlleva también la necesidad de contar con guionistas capaces de emprender proyectos muy ambiciosos: una suerte de “guionistas-arquitectos” (en contraposición al clásico guionista de un medio tradicional), capaces de asumir tareas múltiples y crear complejos mundos ramificados, que se expanden en diferentes medios. Se trata de ofrecer diferentes puntos de vista de una misma historia, no simplemente inundando los medios con piezas relacionadas, sino proporcionando a la audiencia diferentes accesos a la misma (Lovato, 2018). La narrativa transmedia permite que los contenidos, diseminados en diferentes plataformas, se potencien, se complementen, ofrezcan una experiencia a los usuarios mayor que la del simple consumo de una pieza audiovisual y generen comunidades y fidelización: los consumidores dejan de ser pasivos y buscan la interactividad, rompiendo la linealidad de los medios tradicionales (Maestro & Culell, 2015).

Pero este papel de “guionista-arquitecto” no es sencillo: para elaborar un universo coherente se precisa pensar en el global desde el principio del proyecto. Diferentes autores han propuesto diferentes metodologías, destinadas a facilitar el diseño y la producción de una transmedia (Hayes, 2011; Costa Sánchez, 2014; Pratten, 2015; Lovato, 2018, 2019; Moloney, 2018). Por su utilidad práctica, expongo brevemente dos modelos de producción, el sistema activo de la historia (Pratten, 2015) y la biblia transmedia (Hayes, 2011), así como una interesante propuesta metodológica de creación narrativa de no ficción para contar con todos los medios (Lovato, 2018).

2.3.1. El sistema activo de la historia (Pratten, 2015)

Pratten (2015) entendió la transmedia como un viaje emocional, ideado para llevar al usuario de un punto temporal (o momento), en el que está completamente absorbido, hasta otro presente: el diseño del proyecto es la creación de la experiencia participativa y emocional.

Según este autor, los mundos narrativos transmedia tienen siete principios: son persistentes (la historia pervive en el tiempo), participativos (favorecen la interacción de la audiencia entre sí y con los personajes), penetrantes (se utilizan diferentes dispositivos, manteniendo al usuario en el centro), personalizados (la historia aprende y recuerda del usuario), inclusivos (ofrece diferentes niveles de sofisticación y lectura para diferentes

usuarios), conectados (la historia es contextual, porque conecta la experiencia entre plataformas y el mundo real) y basados en la nube (hay una centralización en la red que controla la experiencia y la historia, viendo todo el contenido y quién participa del mismo).

La narrativa transmedia tiene tres dimensiones: personajes, comunidad y pertinencia (o contenido adecuado en el momento conveniente), separados por intersecciones (participación, personalización, universo que crean los usuarios, discusiones, etc.). Para diseñar las experiencias transmedia hay que responder a cinco preguntas: qué historia se quiere contar, cuál será su distribución, qué tipo de participación de audiencia requiere, cómo se modificará la historia con tal participación, qué parte de la historia se basará en el mundo real y qué parte de la misma en el mundo de ficción.

Pratten (2015) recomienda comenzar con la historia, sus espacios narrativos (personajes, tiempos, localizaciones), el número de plataformas y sus relaciones temporales (simultáneas, paralelas o no lineales), el alcance y el nivel con los que se involucrará la audiencia (podrá ser colaborativa, interactiva, activa o pasiva). Su propuesta metodológica tiene dos pasos: en el primero, se decide el espacio de la narración, cuántas plataformas se usan y cómo se sincronizan; en el segundo, se decide cuánto se involucrará a la audiencia. Propone el uso un “radar transmedia”, dispositivo destinado a explicitar el tipo de experiencia que se producirá en cuatro ejes: importancia de la narrativa (relevancia que la historia tiene en la experiencia y control de los autores en la misma), importancia de la co-creación (relevancia del papel creador de la audiencia en la experiencia, que puede ir desde un simple clic hasta la generación de contenidos), importancia del mundo real (si son importantes los lugares, personas o eventos reales) e importancia del juego (relevancia de los objetivos, logros y recolecciones).

Respecto al inicio de la creación del universo transmedia, Pratten (2015) diferencia el productor transmedia (que define el formato, el universo y las historias del mundo narrativo que se jugarán a través de los diferentes formatos) del escritor transmedia (que desarrolla la historia, el universo narrativo y decide el formato en que se comunicarán ambas). Respecto al problema de escribir para plataformas diversas, el autor recomienda comenzar por los guiones para las plataformas en que el guionista se encuentre más desenvuelto: ello dará pie a la aparición de material útil para otros entornos.

Además, propone la integración de equipos versados específicamente en tres áreas: la gestión, la tecnología y el diseño creativo. El flujo de trabajo propuesto pasa por la definición de objetivos, el desarrollo de ideas, el diseño e implementación de experiencias (lo cual requiere conocer a la audiencia, sus condicionantes socioeconómicos, su forma de consumo y su posibilidad de acceso a la tecnología, así como la geografía) y su distribución a los usuarios. Cobra un papel fundamental en todo ello la definición de objetivos del proyecto, explicitar la participación de la audiencia y el esbozo de posibles plataformas para la narración.

Pratten (2015) defiende, además, el impulso de la participación de las audiencias con elementos que deben documentarse: el diseño de la experiencia participativa pasa por escribir una sinopsis, desglosarla en escenas (con diferentes ritmos), establecer el compromiso (cómo se involucrarán los usuarios en la experiencia y por qué), definir la interacción (cómo y dónde se realizará) y las operaciones (apoyo del proyecto una vez avanzado). Propone que las audiencias pueden llevar a cabo cuatro actividades distintas: el juego, la observación, la exploración y el juego de roles.

También hace hincapié en las posibles relaciones de los públicos entre sí, definiendo cinco posibilidades: solitarios, equipos (los usuarios persiguen un objetivo compartido), comunidad (las acciones individuales son discutidas y compartidas por un colectivo) o competición y colaboración (acciones con finalidad de cooperación o co-creación). Es decir, que los usuarios transmediáticos pueden actuar de forma privada (viendo, reproduciendo, leyendo, descargando, clicando) y/o pública (uniéndose, votando, mostrando su gusto, comentando, repostando, publicando, compartiendo, refiriendo, subiendo contenido, creando, chateando, mezclando), de forma individual o en grupo (equipos), con fines colaborativos o competitivos.

La participación de la audiencia siempre estará motivada, y a tal efecto se debe recompensar: el diseño debe permitir la autonomía para explorar la historia como decida el público, posibilitando que la audiencia se conecte entre sí y con los personajes, favorecer la autoestima del usuario (haciéndole sentir especial o importante) y concederle la experiencia de lograr cosas. Se proponen cinco formas de procurarlo: participación (fomentar la curiosidad y el suspense), involucración (mediante la creación de personajes atractivos),

extensión (para dirigir a la audiencia a través de distintos medios), sorpresa (con el fin de mantenerla “enganchada”) y recompensa (como forma de fomentar la participación).

Por último, Pratten (2015) propone varios documentos en la elaboración de una transmedia: la propuesta (sinopsis, objetivos y motivaciones, el qué, el momento y el lugar, el costo y el equipo), la biblia (o mito, que define el universo narrativo), el mapa de plataformas (donde se establece la temporalidad de cada componente, qué parte de la historia se desarrolla en qué medio, el tipo de experiencia –posibles recorridos a través de la historia, llamadas de acción, continuidad, etc.-) y el viaje del usuario (que muestra la conexión entre los medios y las actuaciones de la audiencia en la historia. Aquí se incluye la información sobre instalaciones, cuentas creadas, descargas, ingresos, etc.).

2.3.2. La biblia transmedia (Hayes, 2011)

Hayes (2011) propuso una plantilla para desarrollar transmedias destinada a los productores, con responsabilidad en la dirección de las áreas clave, y a los integrantes de los equipos multidisciplinares dedicados a su realización. Se centró específicamente en los elementos de diseño y narrativos, y la “biblia transmedia” es el canon de su universo narrativo. También abordó las cuestiones de propiedad intelectual en este tipo de proyectos, estableció normas para mantener la participación de la audiencia y propuso reglas de funcionalidad y técnicas en múltiples medios, con una visión general del plan de negocio y de *marketing*. En su propuesta, referencia varias instancias que requiere toda transmedia: el tratamiento, las especificaciones funcionales, las especificaciones de diseño, las tecnológicas, las de negocio y las de *marketing*.

En el primer apartado de la biblia, el tratamiento, describe todo lo concerniente a la historia, comenzando con una premisa clara: la idea expresada de manera simple (por más que su desarrollo pueda presentarse después en un mapa complejo), pues lo más importante de cualquier narración es su historia. En este apartado se describen los detalles de la narración, incluyendo un lema, la descripción de la historia subyacente y su contexto, una sinopsis, eventos primordiales de la historia (*plot points*), caracterizaciones de los personajes, guiones de las diferentes piezas que conformarán la transmedia, descripción de la audiencia y formas de acceder a la narrativa. En esta parte se debe definir y describir la historia en un lenguaje sencillo, enfatizando su descripción o la experiencia global que suscitará.

El segundo apartado se refiere a las especificaciones funcionales de la transmedia. Esta contiene el formulario multiplataforma (listado en detalle de los medios que integrarán la narrativa), las normas de *engagement*, los canales y plataformas a utilizar, el recorrido posible del usuario (así como sus puertas de entrada al universo narrativo, los *plot points* o puntos de giro, los eventos clave y las llamadas a la acción al usuario), el cronograma de la producción y la coordinación en el lanzamiento de las piezas. Se trata de explicar cómo funciona el servicio, describiendo los elementos de la interfaz y la experiencia de uso.

Las especificaciones de diseño se aplican a cada una de las piezas audiovisuales de la transmedia. Aquí se incluyen guías de estilo, *storyboards*, *wireframes*, fuentes, color, etc. Todo ello da dinamismo y carácter a la experiencia. En lo posible, se procurará incorporar el diseño finalizado para cada canal y cada plataforma.

Las especificaciones tecnológicas de las diferentes plataformas es el cuarto apartado, e incluye los dispositivos, los sistemas operativos, los lenguajes de programación, los formatos, los servidores o los sistemas de gestión de contenidos, esenciales antes de comenzar la producción. Se trata de la planificación técnica, un elemento realmente crítico en un servicio de este tipo. Se refleja aquí la funcionalidad y las especificaciones, confluencia entre la historia y las necesidades del negocio.

El último apartado de la biblia transmedia referencia el modelo de negocio y su sustentabilidad, considerando sus objetivos, los indicadores, la segmentación y definición de la audiencia, los presupuestos, las proyecciones, los cronogramas, los equipos técnicos de producción, las licencias de los contenidos (derechos de autor y propiedad intelectual) y todo lo relativo al modelo de negocio del proyecto.

2.3.3. El guion transmedia para contar con todos los medios

Lovato (2018) define, como ejes fundamentales de la narrativa transmedia, la historia, las experiencias del usuario, las plataformas y la ejecución del proyecto. La definición de la historia es, para ella, el primer paso del desarrollo del guion transmedia.

El mundo de la historia, o universo narrativo (*storyworld*) debe soportar expansiones que vayan más allá de una simple historia. En su diseño, el guionista debe considerar la dimensión geográfica o espacial (dónde ocurren las historias), la dimensión temporal (cuándo), los personajes y sus relaciones (quiénes) y los hechos, acontecimientos y conflictos

(qué, o la historia propiamente dicha). Cuanto más se conozca del universo narrativo, mayor profundidad tendrá la historia y mayor riqueza podrán brindar al usuario las experiencias creadas.

Para dar respuesta a qué queremos contar, cómo lo haremos, con qué género, cuáles serán nuestros personajes (principales, secundarios y sus relaciones y motivaciones), dónde y cuándo se ambientará la historia, su nivel de realidad o ficción, los desafíos y peligros (o deleites) inherentes al universo, la estructura narrativa (si tendremos contenidos seriados o piezas autónomas) y su propósito (entretener, informar, enseñar, comercializar, etc.), deberemos crear varios componentes: el *storyline* (premisa o idea expresada de forma simple, que resume la esencia del mundo narrativo de forma clara y breve), el lema o título (funciona como marca transmedia, a modo de gancho, e identificará con ella a todas las piezas que la integren), la sinopsis (visión de conjunto del proyecto –protagonistas, sus funciones, sus conflictos, las características del entorno,...- que responde a las preguntas periodísticas clásicas –qué, cuándo, dónde, quién, por qué y para qué-), eventos principales (o *plot points*, que serán lanzados progresivamente –líneas narrativas, tramas, subtramas a expandir-) y caracterización de los personajes (objetivos, necesidades, puntos de vista, biografías previas, profundidad psicológica, personalidad, conductas identificables... siendo estos quienes crean la sintonía e identificación con los públicos: es fundamental incluir sus roles, características y posibles representaciones en las diferentes plataformas – caracterizaciones-).

En relación a las experiencias del usuario, cada plataforma puede crear diferentes experiencias narrativas: el guionista debe identificar la potencialidad de cada medio y qué puede ofrecer al proyecto y su expansión. Determinaremos qué se ofrecerá a la audiencia, qué podrá hacer ésta con los contenidos, hasta qué punto podrá involucrarse en la historia, cómo se le motivará a participar (*call to action points*) y cuáles serán las formas de convocar a la acción. Ello pasa, en primer lugar, por identificar claramente a la audiencia (a qué público queremos llegar, dónde, cómo y cuándo consume los contenidos en términos geográficos y socioeconómicos), sus hábitos de consumo de medios y la posibilidad que tienen de acceder a la tecnología: todo ello configura la posibilidad de adaptar los contenidos y las experiencias ofertadas a los intereses y hábitos del público.

Plantaremos qué objetivos tenemos con qué tipo de audiencia (y las comunidades que la conforman) e incluiremos un apartado dedicado a los contenidos generados por la misma. También debemos considerar qué actividades desempeñará la audiencia (juego, *role-playing*, observación o exploración), el modo en que lo hará (individual, en equipo, compitiendo, colaborando, en comunidad) y las acciones privadas o públicas, así como su impacto. Debemos definir, además, las posibles recompensas y la navegabilidad territorial: las acciones en el universo transmedia pueden también significar un viaje por una determinada geografía (no solo digital: “transmedia” no significa “medios digitales”, necesariamente).

Cada plataforma de un universo transmedia conforma una posible puerta de entrada al mismo y debe estar integrada con el resto del universo: necesitamos entender cómo funciona cada una, sus características, su manera de narrar, a quién atraen, cómo pueden favorecer la interacción, sus limitaciones o los recursos que requieren. Unas nos permitirán generar diálogo o intercambio (procesos sociales), y otras serán de consumo exclusivamente personal. Algunas pueden motivar al público, otras permiten profundizar en los contenidos, otras posibilitan las recompensas o la participación, etc.; no todas tienen la misma capacidad para difundir o propagar contenidos, ni para generar ingresos. Las funciones narrativas irán en consonancia con las necesidades específicas de la transmedia: será útil que las debilidades de unas plataformas sean aprovechadas por las fortalezas de otras. Podemos, en este punto, integrar plataformas digitales y medios tradicionales, e incluso escenarios reales.

Debemos dar respuesta a qué nos ofrece qué plataforma (características diferenciales), cuáles se adaptan mejor a la experiencia que pretendemos crear, qué aportará cada una a la narrativa y qué componentes de la historia se pueden contar con cada una, qué dispositivos se requieren para su consumo, si la audiencia tiene suficiente accesibilidad, y si hablamos de plataformas analógicas o digitales (fuera de línea o en línea). Definiremos los posibles recorridos (sin redundar elementos de la historia) y decidiremos la relación entre las plataforma mediante un *storyworld* (esbozo del mapa de plataformas y posibilidades en los viajes de la audiencia). En cuanto a la secuencia temporal, podemos realizar una narración secuencial (el usuario sigue un orden propuesto), paralela (dos o tres historias tienen lugar en diferentes plataformas y el usuario decidirá seguir o no las diferentes tramas), simultánea (las líneas narrativas tienen los mismos puntos de inicio y final), no lineal (diferentes líneas

de argumento fragmentadas a recorrer libremente, sin orden estricto) y en dos vías (dos o más historias se desarrollan en direcciones opuestas dentro del mismo universo).

Lovato (2018) define una serie de plantillas, recogidas en el Anexo A, que permiten reflejar todo lo anterior, y que podrán ser transferidas a las áreas tecnológicas y creativas para desarrollar técnicamente el proyecto.

2.4. Gamificación en el entorno transmedia

Una de herramientas metodológicas más importantes e innovadoras para la creación de un universo transmedia es la gamificación (Pérez-Manzano & Almela-Baeza, 2018): se trata de la aplicación de elementos propios de un entorno del juego en diferentes contextos y actividades, diferentes de un juego propiamente dicho, y tiene gran potencial como canal de comunicación e información porque favorece la interacción y la motivación de los usuarios. Se ha descrito el “Aprendizaje Digital basado en Juegos” (*Digital Game-based Learning*, DGBL) como una herramienta autónoma (pues el juego favorece el interés por la obtención de información sobre un tema concreto) y experiencial (durante el juego “se aprende haciendo”), que promueve la motivación intrínseca en mayor medida que la extrínseca (parte de la voluntad del propio jugador en participar), auténtica (el aprendizaje se basa en prácticas concretas que priorizan las habilidades contextuales) y que consigue el aprendizaje a través del disfrute (durante el juego, el jugador está concentrado en la tarea que realiza, manteniendo el control y la concentración en sus acciones, e incluso perdiendo el sentido del tiempo y la consciencia de sí mismo).

Detectamos ocho componentes importantes en la gamificación transmedia (Pérez-Manzano & Almela-Baeza, 2018): los puntos (se valora cuantitativamente el avance del jugador, lo cual se utiliza como recompensa de su esfuerzo, y esto favorece su proactividad), los niveles (que muestran la progresión del jugador en grados de dificultad, lo que mantiene la motivación del jugador), las insignias o distintivos (representaciones visibles de los logros obtenidos, que permiten aumentar el interés del jugador), las tablas clasificatorias (funcionan como incentivos para el rendimiento en el juego y se actualizan regularmente), los premios y recompensas (otro motivador, que se puede ajustar en función de los objetivos y la dificultad de las tareas, en prevención del cansancio del jugador), la barra de progreso (muestra al jugador cuánto le queda y cuánto ha avanzado), el argumento (historia

subyacente y que da sentido al juego, manteniendo una buena curva de interés y reduciendo los abandonos, aparte de aportar contexto útil para la resolución de problemas, el aprendizaje y para explicitar la aplicabilidad de lo aprendido) y el *feedback* (cuanto más frecuente e inmediato sea, mejor será el resultado en aprendizaje y mayor será la eficacia e inmersión en la dinámica del juego).

2.5. Ejemplos de éxito de transmedias de no ficción para la divulgación científica

Un ejemplo de éxito en la aplicación de la gamificación a un proyecto transmedia en nuestro país fue el *Proyecto Antártica*, dirigido a fomentar las vocaciones científico-tecnológicas en estudiantes, y personas de su entorno, en los institutos de la Región de Murcia (Pérez-Manzano & Almela-Baeza, 2018). Dicho proyecto partió de una trama argumental que describía diferentes sabotajes en instalaciones científicas y de investigación (Buque Oceanográfico Hespérides y Base Gabriel de Castilla): la existencia de un saboteador interesado en eliminar esas investigaciones introducía a los participantes en su relevancia social y en los intereses que se podían contraponer a las mismas en el Antártico (turismo, cuestiones medioambientales, etc.).

Se creó una web con acceso para diferentes perfiles (estudiantes, profesores, familias, centros) con información relativa a las investigaciones en activo, a los currículums de los personajes participantes (investigadores, personal militar, civiles, etc.), recreaciones de las instalaciones con fotografías y videos de las mismas, videoblogs audiovisuales, tareas, noticias, etc.; se elaboraron diferentes escenarios interactivos a modo de aventuras gráficas en las que se retaba con diferentes desafíos a los participantes; se diseñaron perfiles protagonistas con los que los jugadores se pudieran identificar (tanto por sus intereses procientíficos como por otros intereses); se incluyeron websodios (episodios de ficción audiovisual dramatizados, que daban pie a la génesis de problemas que los participantes deberían resolver de formas muy variadas); se plantearon diferentes retos y contenidos curriculares (elaborados con contenidos de asignaturas científicas de cursos de ESO), que se actualizaban semanalmente y se divulgaban con mensajes al móvil de los participantes y sus cuentas de Twitter; se alimentó el universo transmedia con diferentes materiales didácticos y se procuró la dinamización social mediante la elaboración de perfiles en redes sociales de los protagonistas de la trama, mostrando personalidades e intereses reales en ellos.

El proyecto se evaluó, tras su primera edición durante el curso de 2016, y se constató una gran fidelización de los participantes iniciales, un aumento del interés suscitado (incorporación de más participantes) y evidentes progresos en los conocimientos adquiridos sobre los argumentos presentados y los escenarios reales -el Buque Oceanográfico Hespérides y la Base Gabriel de Castilla- (Pérez-Manzano & Almela-Baeza, 2018). Este ejemplo muestra que, aunque es precisa una enorme coordinación de los agentes implicados en la creación de un universo transmedia (lo que supone un gran esfuerzo económico y logístico inicial, no exento de riesgos), se trata de una poderosa e innovadora herramienta educativa.

Más allá de la transmedia aplicada a proyectos educativos, sociales y divulgativos, es posible utilizarla en proyectos científicos. Una muestra de este binomio de ciencia y transmedia lo encontramos en el caso de las estrategias de comunicación dirigidas a la divulgación de proyectos científicos como el de Atapuerca, cuyas estrategias de comunicación fueron analizadas por dos investigadores, que evidenciaron en él la génesis de un universo transmedia (Chomón-Serna & Busto-Salinas, 2018). Dichos autores evaluaron tanto el proceso de comunicación “de arriba hacia abajo” (información proveniente de los promotores del proyecto científico) como el producido “de abajo hacia arriba” (el generado por los prosumidores en diferentes plataformas) durante 2016: revisaron los mensajes dirigidos por los emisores oficiales (directores del proyecto, *Museo de la Evolución Humana*, *Fundación Atapuerca*, *Centro de Acceso a los Yacimientos*, Universidades colaboradoras, etc. y sus gabinetes profesionales de comunicación -algunos integrados en los mismos equipos científicos para controlar estratégicamente cómo y cuándo se divulgan los hallazgos trascendentes, en qué medios, etc.-), sus canales propios (perfiles en redes sociales, webs propias, etc.) y los canales prestados (productoras y medios).

Paralelamente, analizaron los contenidos generados por la comunidad de usuarios (mensajes entre ellos, y de “abajo hacia arriba”) en diferentes redes (*Twitter*, *Facebook*, *Instagram* y *YouTube*), que incluían mensajes con el término o el *hashtag* “Atapuerca” (eludieron mensajes -libros, conciertos, etc.- que no tuvieran vinculación directa con el proyecto científico): se constató que los usuarios generaron mayor volumen de contenidos que los emisores oficiales, merced a la existencia de miles de fans del “universo Atapuerca”.

De esta forma, en este caso concreto, se evidenció que la narrativa relacionada con los proyectos científicos es capaz de expandirse en diversas plataformas, medios y dispositivos; que la interacción con los usuarios contribuye a difundir los contenidos divulgados “desde arriba” y a crear contenidos novedosos, y que cada pieza puede poseer suficiente autonomía como para funcionar *per se*: es decir, se cumplen las tres características fundamentales de un universo transmedia, tal y como fue descrito por Jenkins (2006). Todo ello supone la existencia de un modelo que se puede utilizar con eficacia en otros proyectos científicos.

2.6. Conclusiones del marco teórico

Las nuevas tecnologías de la información y la comunicación brindan innovadoras posibilidades para la divulgación de contenidos: una de ellas es la de crear entornos transmedia. Estas nuevas narrativas ofrecen experiencias multimedia que favorecen el compromiso y fidelización de sus prosumidores, así como la interrelación con ellos y entre ellos. Además, dotan de poderosas herramientas al profesional de la comunicación, convirtiendo sus mensajes en verdaderos “universos”, accesibles para la audiencia por una amplia variedad de caminos, lo que favorece la retroalimentación con ella: todo ello supone un enorme potencial para mejorar la eficacia comunicativa y divulgadora.

El aprendizaje transmedia ha surgido en los ámbitos de la cultura y de la educación. Son requisitos básicos de una práctica transmedia la cultura participativa, la convergencia mediática y la inteligencia colectiva (Jenkins, 2006). Las aproximaciones didácticas a los contenidos, generalmente complejos (aprendizaje transmedia), han sido dispares hasta la fecha pero podemos aproximarnos a ello partiendo de tres marcos referenciales: los conceptos de convergencia mediática y cultura participativa (Jenkins, 2006), los pilares del conectivismo (Gutiérrez, 2012) y los del socioconstructivismo (Biggs, 1996). Desde ahí se plantearán situaciones de aprendizaje que llevarán al usuario a desarrollar la historia con los recursos de que disponga y considere, en un entorno comunitario, donde la colaboración será una necesidad (Fleming, 2013).

Aunque se trate de muchos elementos y las ramificaciones sean largas y variadas, estas limitaciones suponen también interesantes oportunidades: amplia diversidad de contextos y experiencias, ubicuidad (se pueden desarrollar tanto dentro como fuera de los centros educativos), carácter multidisciplinar (lo que favorece la colaboración entre los diferentes

agentes implicados) y niveles educativos amplios. Además, es una disciplina en construcción, adaptable al contexto, que refuerza sus contenidos mediante la alusión a experiencias cotidianas (Sánchez-Caballé & González-Martínez, 2023).

La aplicación de los principios y técnicas propios de la narrativa transmedia a la divulgación científica puede contribuir a una mayor eficiencia de los recursos. Todo ello puede ser de utilidad en la divulgación de contenidos relacionados con la urgencia y la emergencia, donde el primer interviniente (no siempre profesional de la emergencia) cobra una importancia trascendental. La supervivencia de las personas depende de esa primera intervención. Existe una amplia casuística, variabilidad de escenarios y diferentes recomendaciones provenientes de muy diferentes ámbitos, fuentes y evidencias: parece pertinente, entonces, acometer el ambicioso proyecto de idear un universo transmedia basado en ese entorno. Será de especial utilidad la metodología propuesta por Lovato (Lovato, 2018), que se utilizará como base del proyecto del presente TFG.

3. Contextualización

3.1. Definiciones

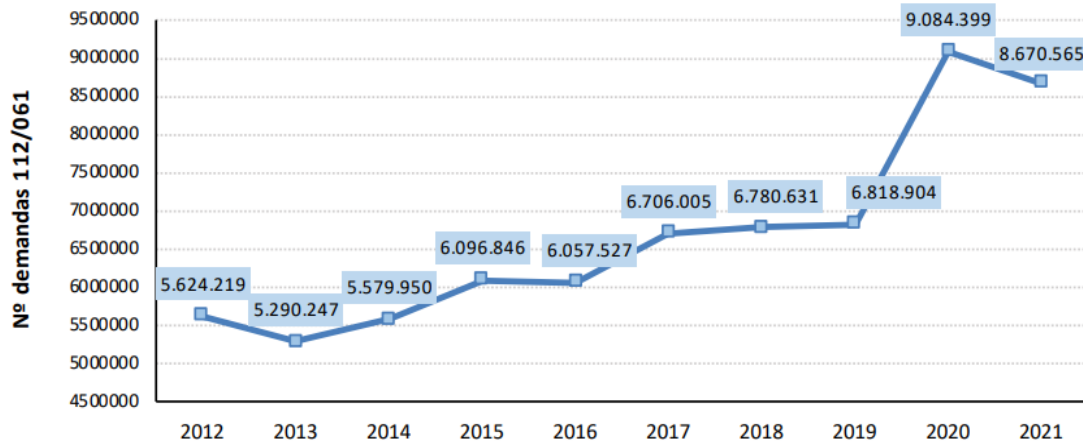
Las acepciones 2 y 3 del diccionario de la Real Academia Española de la lengua definen “emergencia” como un “suceso, accidente que sobreviene” y una “situación de peligro o desastre que requiere una acción inmediata”, respectivamente. Las definiciones hacen referencia a una enorme variabilidad de eventos, que no solo amenazan vidas humanas, sino también vidas animales y bienes patrimoniales. El mismo diccionario incluye acepciones que, especialmente en los países latinoamericanos, hacen referencia a la vertiente sanitaria del término.

Son múltiples los profesionales dedicados a la resolución favorable de este tipo de problemas y situaciones: bomberos, unidades militares, policía, Protección Civil, empresas de apoyo logístico, sanitarios y un largo etcétera. Es evidente la enorme variedad casuística de este tipo de contingencias, que supone una potencial amenaza cotidiana pública.

3.2. Características del problema

El último Informe Anual del Sistema Nacional de Salud refleja una evidente tendencia al alza de las demandas asistenciales a los servicios de emergencias extrahospitalarios, 112 y 061, desde el año 2012 hasta el año 2021 (Figura 1), con una tasa de demanda asistencial a los servicios 112 y 061 de 185.8 por cada 1.000 habitantes y un total de unos 8.7 millones de demandas en 2021 (Ministerio de Sanidad, 2022). La creciente evolución de esta demanda evidencia la necesidad de un sistema de emergencias extrahospitalarias adaptado a ella, que incorpore instrumentos de comunicación entre los usuarios y los servicios sanitarios de emergencias, procurando la mejora de la eficiencia de los mismos.

Figura 1. Evolución de las demandas asistenciales de los servicios de urgencias y emergencias 112/061, en España, entre 2012 y 2021.



Fuente: Ministerio de Sanidad. Informe anual del Sistema Nacional de Salud, 2022

Disponemos de múltiples evidencias científicas respecto a la importancia de la formación del primer interviniente en diferentes situaciones de emergencia: las maniobras iniciales o su ausencia, especialmente en patologías tiempo-dependientes, tienen un efecto ineludible en el pronóstico de los pacientes implicados en emergencias como, por ejemplo, incidentes con múltiples víctimas (Ibáñez et al., 2019), hemorragias masivas (Velasco Rodríguez, 2020), parada cardiorrespiratoria (Santiago et al., 2018) o incendios (Ciámpoli Halaman, 2012).

3.3. Contexto divulgativo y audiencias

3.3.1. Situación actual de la divulgación en emergencias extrahospitalarias

Pese al interés público que suscita el abordaje de la emergencia y la importancia de los testigos en el mismo, encontremos escasas iniciativas multidisciplinares organizadas y dirigidas, desde las instituciones profesionales, a la población general.

Existe información prolija en la web, orientada fundamentalmente a los profesionales, no siempre actualizada, con contenido disperso entre canales y medios, sin relación hipertextual aparente. Un ejemplo son las páginas web institucionales de los servicios de emergencias de las comunidades autónomas de nuestro país, sin excepción (cuyos enlaces se acompañan, junto a las citas, en el apartado *Bibliografía*): Andalucía (Centro de Emergencias Sanitarias 061, 2014; Servicio Andaluz de Salud, 2012), Aragón (Generalitat Valenciana, s.f.), Islas Baleares (Govern de les Illes Balears, s.f.), Canarias (Gobierno de Canarias, s.f.), Cantabria (112 de Cantabria, s.f.), Cataluña (Generalitat de Catalunya, s.f.), Castilla La Mancha (112 de Castilla la Mancha, s.f.), Madrid (SUMMA112, s.f.), Castilla y León

(Sacyl, s.f.), Navarra (Gobierno de Navarra, s.f.), Comunidad Valenciana (Generalitat Valenciana, s.f.), Extremadura (Junta de Extremadura, s.f.), Galicia (Emerxencias 112 de Galicia, s.f.a), Murcia (112 de la Región de Murcia, s.f.), La Rioja (Gobierno de La Rioja, s.f.) y País Vasco (SOS Deiak, s.f.).

Estas páginas, revisadas en junio de 2024, ofrecen algunas pautas y consejos genéricos al lector, pero requieren la búsqueda activa de dichos contenidos y suelen ser poco interactivas y navegables. Algunas incluyen apartados originales, como enlaces a juegos simples para el aprendizaje de contenidos sobre emergencias (Emerxencias 112 de Galicia, s.f.b), algún videotutorial o la promoción de una aplicación móvil (Comunidad de Madrid, 2019; SOS Deiak, 2019), pero no brindan interacción bidireccional con el usuario o lo hacen escasamente: son webs estáticas, de contenido desordenado e información poco clara o demasiado redundante en el mismo *site*, en muchas ocasiones. También ocurre en las webs de Guardia Civil (Guardia Civil, 2024), Policía Nacional (Policía Nacional, 2024), Unidad Militar de emergencias (Unidad Militar de Emergencias, 2024) o los diferentes consorcios nacionales de bomberos. Como ejemplos, adjunto capturas de dichas webs en el Anexo F.

En La Rioja existen iniciativas profesionales, algunas de las cuales están promocionadas por el Gobierno autonómico, para la difusión de conocimientos relativos a aspectos concretos de la actuación ante determinados tipos de emergencia. En general, consisten en jornadas presenciales en centros educativos donde algunos profesionales imparten, esporádicamente, contenidos a demanda de dichos centros. Podemos citar, como ejemplos, el programa RCP y primeros auxilios en centros educativos (Gobierno de La Rioja, 2023), las iniciativas de bomberos para enseñar a los niños cómo prevenir siniestros y reaccionar adecuadamente ante una emergencia (Gobierno de La Rioja, 2017, 2024) o los programas de charlas-coloquio de educación para la seguridad vial (Gobierno de La Rioja, 2018). Estas iniciativas son conocidas por el autor del presente TFG y, dado su arraigo y tradición, tienen un gran potencial como punto de partida de algunas de las piezas de la narrativa transmedia que propongo. Se añaden, en el anexo G, fotografías realizadas en algunas de estas jornadas.

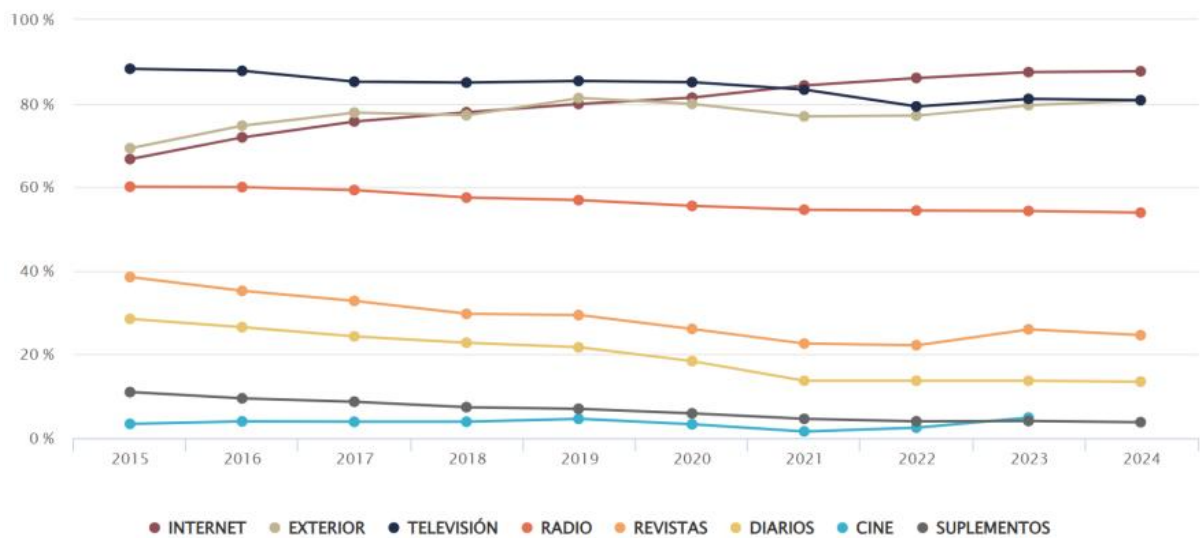
En cuanto a producciones audiovisuales relacionadas con la emergencia extrahospitalaria, encontramos una amplia variedad de productos (algunos de los cuales albergan contenido ficticio, o con vocación dramática, más que ofrecer formación práctica): son ejemplos docuseries como “Héroes, más allá del deber” (Mediaset, 2017) o

producciones como la serie estadounidense “9-1-1” (Star, 2018); son de aparición reciente, si bien tienen más tradición en los países anglosajones que en los latinos, las producciones radiofónicas (habitualmente series *podcast*), que se centran en la exposición o revisión de actualizaciones de guías de primeros auxilios, en la descripción de la situación de algunos servicios o en narrar el abordaje especializado de patologías clínicas frecuentes (Plaza, 2020).

También se han realizado videojuegos como la saga “Emergency” (Sixteen Tons Entertainment, 2023), que ha tenido hasta 12 versiones desde 2002 (Vandal, s.f.), donde los jugadores podían tomar el rol de un jefe de operaciones de emergencia y simular la respuesta de los profesionales ante diferentes situaciones, algunas de ellas ambientadas en mapas de ciudades reales como Hamburgo, Berlín o Múnich. Si bien dichas obras atraen a los usuarios curiosos, la variabilidad interterritorial y las diferencias logísticas y culturales hacen que la mayor parte de dichos contenidos no sean aplicables en nuestro entorno: para serlo, requerirían del aval de las instituciones profesionales dedicadas al abordaje de la emergencia en cada región concreta, por los motivos expuestos. Además, existen iniciativas particulares de muy diverso origen para la divulgación de contenidos relacionados con la emergencia, dispersas entre distintas plataformas, perfiles de redes sociales y medios. En muchas ocasiones vierten recomendaciones personales sin respaldo científico, y no siempre están actualizadas. Ninguna se configura como una transmedia avalada por las instituciones y dirigida a formar a la población general.

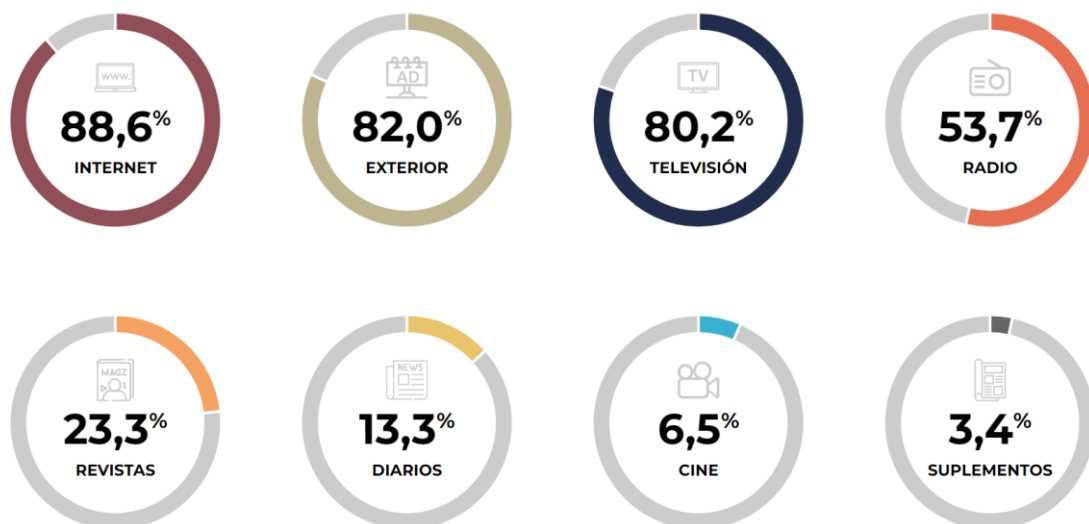
Por otro lado, cabe referirse a los hábitos de las audiencias actuales: es conocida la creciente fragmentación de las mismas, merced a la creciente variedad de medios y posibilidad de acceso a los mismos. La más reciente publicación del Estudio General de Medios (EGM) muestra una evolución interesante, en nuestro país, en relación a la penetración de los mismos (que tendrá una importante relevancia en la propuesta del trabajo actual): en 2021 Internet superó en penetración, medida en usuarios por día, a la de la televisión convencional medida en espectadores al día; en 2024, los soportes del exterior (contenidos en mobiliario urbano: paradas de autobús, mupis, columnas, contenedores, relojes, vallas, publicidad en transportes, etc.) superaron en penetración, medida en soportes vistos por semana, a la televisión (Figura 2). Según el mismo estudio, la relevancia de la audiencia de los medios exteriores está ya en segundo lugar, entre la de internet y la de la televisión (Figura 3).

Figura 2. Evolución de la penetración de los diferentes medios desde el año 2015.



Fuente: AIMC. EMC (primera oleada de 2024). Recuperado de <https://reporting.aimc.es/index.html#/main/cockpit>

Figura 3. Audiencia general de medios en 2024.



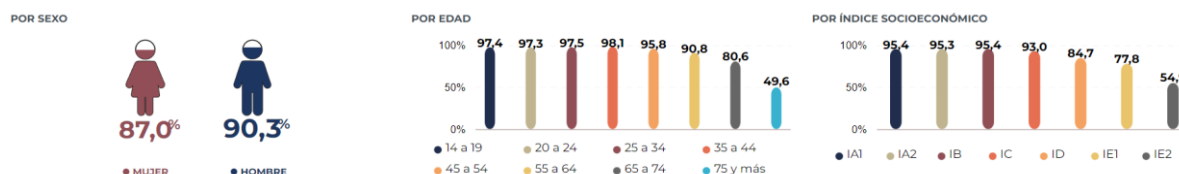
Fuente: AIMC. EMC (primera oleada de 2024). Recuperado de <https://reporting.aimc.es/index.html#/main/cockpit>

3.3.2. Público objetivo

Tal y como queda justificado al definir las características del problema al que se pretende dar respuesta (creación de un método eficaz de divulgación de contenidos relacionados con la emergencia extrahospitalaria, dirigida a toda la población), el público objetivo es la población general. Sin embargo, cada uno de los elementos de un universo transmedia de no ficción puede dirigirse preferentemente a un público objetivo determinado, como desarrollo a continuación, en función de la capacidad de penetración de cada uno de los medios.

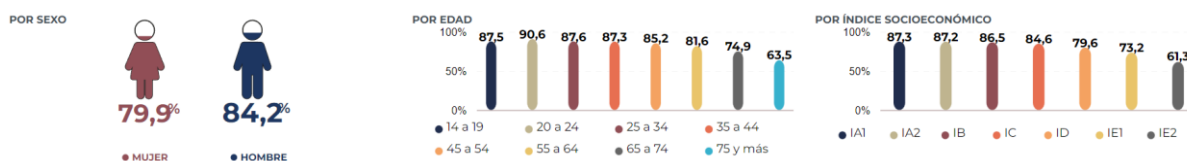
Según el Estudio General de Medios (EGM), la penetración de Internet es mayor entre la población con un perfil joven y de mayor índice socioeconómico (Figura 4), siendo YouTube la plataforma con más visitantes únicos en el momento actual (con gran diferencia respecto a la siguiente en dicho ranking); esta distribución etaria es similar para los medios externos (Figura 5), pero no así para la televisión (cuya penetración es mayor en una audiencia más añosa, como vemos en la Figura 6, pero también entre la población con índice socioeconómico más bajo). La radio, sin embargo, tiene mayor penetración en una audiencia de edad intermedia (entre los 35 y los 65 años), así como en la población con mayor índice socioeconómico. Todos estos factores serán tenidos en cuenta a la hora de proponer diferentes piezas de la transmedia y sus contenidos.

Figura 4. Penetración por targets de Internet en el primer trimestre de 2024.



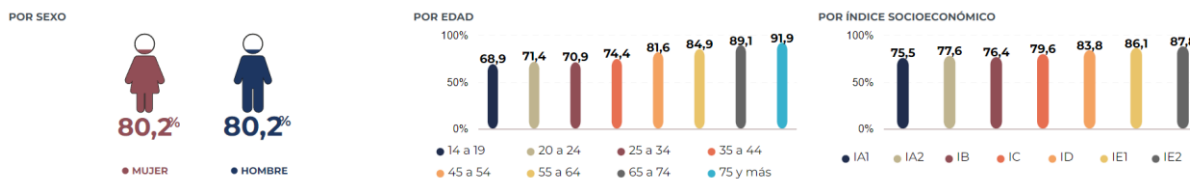
Fuente: AIMC. EMC (primera oleada de 2024). Recuperado de <https://reporting.aimc.es/index.html#/main/internet>

Figura 5. Penetración por targets de los medios externos en el primer trimestre de 2024.

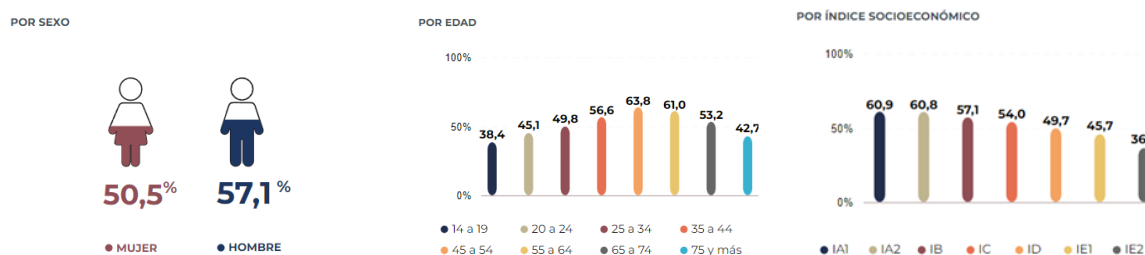


Fuente: AIMC. EMC (primera oleada de 2024). Recuperado de <https://reporting.aimc.es/index.html#/main/externo>

Figura 6. Penetración por targets de la televisión en el primer trimestre de 2024.



Fuente: AIMC. EMC (primera oleada de 2024). Recuperado de <https://reporting.aimc.es/index.html#/main/television>

Figura 7. Penetración por targets de la radio en el primer trimestre de 2024.

Fuente: AIMC. EMC (primera oleada de 2024). Recuperado de <https://reporting.aimc.es/index.html#/main/radio>

3.4. Análisis DAFO

Una vez descrito qué puede aportar una transmedia de no ficción dirigida a la población general en emergencias, así como el contexto general de la misma y de la divulgación en dicho ámbito en nuestro país, y esbozada la situación actual de las audiencias generales, conviene realizar un análisis del proyecto planteado. A continuación, expongo las debilidades, amenazas, fortalezas y oportunidades (análisis DAFO) del trabajo propuesto.

3.4.1. Análisis interno

El proyecto requiere para su desarrollo un importante desembolso económico y el apoyo de diferentes instituciones, y la supeditación a tales recursos es su principal **debilidad**. Además, el carácter multidisciplinar intrínseco de la emergencia hace que la puesta en marcha de una narrativa transmedia para divulgación de contenidos en este ámbito suponga un proyecto ambicioso, desde el punto de vista técnico, económico y humano. Los planes formativos académicos de los profesionales dedicados a la asistencia en situaciones de emergencia no incluyen, por lo general, la adquisición de habilidades para la docencia o la divulgación. La creación y desarrollo de este proyecto precisará de asesoramiento empresarial y jurídico externo.

No obstante, el bagaje profesional, la experiencia, las destrezas y el saber práctico en relación a las situaciones de emergencia tienen un enorme valor para la propuesta y desarrollo de los elementos susceptibles de formar parte de una transmedia de emergencias. Los conocimientos teóricos universitarios en el ámbito de la comunicación y de la empresa, unido a todo lo anterior, son las mayores **fortalezas** del proyecto propuesto en el presente TFG. Por otro lado, la existencia de una importante red de *stakeholders* (tanto en

el ámbito de la emergencia como en el de la comunicación) y el hecho de contar con un público objetivo universal podrían dotar de solidez y capacidad productora al proyecto.

3.4.2. Análisis externo

La competencia informativa por parte de las diferentes instituciones implicadas (y sus propios departamentos de comunicación) en el abordaje de la emergencia podría resultar una **amenaza**. Ello, sin embargo, podría devenir en la oportunidad de mejorar la coordinación entre diferentes niveles asistenciales, si el proyecto consiguiera aunar los esfuerzos de tales departamentos para el objetivo común (mejorar la eficacia de las intervenciones a través de la formación de la población general como primera interviniente potencial). La actual crisis económica y las tensiones nacionales e internacionales actuales podrían devenir en resistencias políticas o mediáticas, que también suponen una amenaza para la viabilidad del proyecto.

La variabilidad interterritorial en el abordaje de un mismo tipo de emergencia (por ejemplo, entre diferentes comunidades autónomas), dada la diferente disponibilidad de recursos y las diversas particularidades de cada región en cuanto a extensión geográfica, demografía, etc. (Martín Reyes, 2012; González et al., 2014), podrían llevar a confusión a la audiencia. Esto supone otra amenaza: para afrontarla, es necesario transmitir únicamente mensajes válidos para cualquier situación, independientemente del lugar donde se produzca. Podría mitigarse, además, mediante la apuesta inicial adaptada a una región concreta. Como adelanté en el apartado “Introducción”, en el caso del presente TFG planteo adaptar el esquema inicial de la transmedia propuesta a la Comunidad Autónoma de La Rioja, pero mi experiencia laboral también permitirá nutrirlo de peculiaridades relacionadas con la manera de abordar emergencias sanitarias en otros lugares donde he trabajado.

A largo plazo, esta amenaza podría resultar una **oportunidad**, pues la transmedia podría nutrirse de diferentes formas de abordar un mismo problema. Esto serviría de acicate para su crecimiento mediante propuestas diversas, provenientes de diferentes lugares: la comparativa en el abordaje o el uso de los recursos entre diferentes regiones puede suponer un debate muy enriquecedor en el entorno de la emergencia. Por otro lado, su carácter universal (dado que cualquier individuo puede verse involucrado en una, en cualquier momento y lugar), otorga un enorme potencial a la hora de generar curiosidad en la población. De la evidencia de estas diferencias, de las distintas soluciones recabadas y de

este alcance potencial pueden derivarse interesantes propuestas para la mejora global en el uso de los recursos públicos asistenciales.

Son también oportunidades el desarrollo y auge de las tecnologías, plataformas y medios que posibilitan técnicamente la producción y difusión de contenidos transmedia, así como la existencia de subvenciones y ayudas específicas (estatales y autonómicas), destinadas a fomentar la divulgación científica a través de la producción de proyectos audiovisuales (Clipping, 2023; Ministerio de Ciencia, Innovación y Universidades, 2024)

Tabla 1 DAFO

	ORIGEN INTERNO	ORIGEN EXTERNO
	DEBILIDADES	AMENAZAS
PUNTOS DÉBILES	<ul style="list-style-type: none"> - Necesidad de gran cantidad de recursos económicos, técnicos y humanos - Necesidad de asesoría jurídica y empresarial externa 	<ul style="list-style-type: none"> - Variabilidad interterritorial en el abordaje de las emergencias extrahospitalarias - Posibles resistencias políticas o mediáticas - Crisis económica y tensiones nacionales e internacionales actuales - Potencial competencia informativa por parte de las instituciones y sus departamentos de comunicación
	FORTALEZAS	OPORTUNIDADES
PUNTOS FUERTES	<ul style="list-style-type: none"> - Experiencia profesional y conocimientos técnicos contrastados en la asistencia a las emergencias - Conocimientos teóricos universitarios en comunicación y ámbito empresarial - Importante red de <i>stakeholders</i>. Confianza y colaboración de las jefaturas de las instituciones públicas relacionadas con la emergencia en La Rioja. - Público objetivo universal 	<ul style="list-style-type: none"> - Desarrollo y auge de tecnologías, medios y plataformas diferentes, que posibilitan la producción y difusión de diversos contenidos transmedia - Existencia de programas, subvenciones y ayudas específicas (estatales y a nivel de comunidad autónoma) destinadas a favorecer la creación de proyectos audiovisuales de divulgación científica - Existencia de empresas con interés potencial en el patrocinio de la divulgación transmedia en emergencias

Fuente: Elaboración propia

4. Resultados

Las entrevistas realizadas (Anexo A) a los representantes de las principales instituciones implicadas en la atención a la urgencia y la emergencia extrahospitalaria en La Rioja (descritos en el apartado Metodología), permiten extraer importantes conclusiones para la propuesta concreta del presente TFG. Las diferentes respuestas han sido comparadas, complementadas y sistematizadas en la tabla 2.

Tabla 2 Conclusiones de las entrevistas realizadas a los diferentes representantes de las instituciones implicadas en la asistencia a la emergencia extrahospitalaria en La Rioja.

Pregunta	Conclusiones extraídas
<p>1) ¿Qué tipo de emergencias atiende con mayor frecuencia su servicio en La Rioja?</p> <p>A. Casuística (tipología de casos)</p> <p>B. Escenarios (espacio público, domicilio, rural, urbano,...)</p> <p>C. Recursos logísticos disponibles y necesarios para la resolución de las emergencias anteriormente descritas</p>	<p>Todos los entrevistados proponen casos y escenarios. Definen sus competencias, propias en cada escenario, y remiten a proyectos y publicaciones oficiales en páginas webs de las instituciones respectivas para más información. Se definen escenarios muy diversos (incendios, accidentes de tráfico, accidentes domésticos, PCR, víctima inconsciente, intentos autolíticos, ahogamientos, etc.) en los que la población general, a juicio de los entrevistados, debería tener formación y entrenamiento.</p>
<p>2) ¿Considera relevante el papel (o la actuación) de los primeros intervinientes no profesionales en los primeros momentos de las emergencias que ustedes atienden, a la hora de conseguir una resolución positiva o negativa de la misma? ¿En cuáles de los tipos anteriores?</p>	<p>Todos coinciden en señalar como muy relevante el papel del primer interviniente en la resolución exitosa de los escenarios planteados. Todos coinciden, asimismo, en la necesidad de formación a los primeros intervinientes potenciales.</p>
<p>3) En su opinión: ¿tiene la población general suficiente información y entrenamiento/habilidades como primer interviniente potencial en los tipos de emergencias que ustedes atienden? (aplicar, si necesario, la pregunta a cada caso y escenario)</p>	<p>Todos expresan carencias en la información/formación a primeros intervinientes, aunque con matices: algunos representantes expresan el empeño de su institución en la divulgación a la población general (Protección Civil, Policía Nacional y bomberos del CEIS).</p>
<p>4) Supeditada a la respuesta anterior:</p> <p>A. Si la respuesta anterior es negativa: ¿a qué se debe tal carencia?</p> <p>B. Si la respuesta fuere positiva: en su opinión, ¿es posible mejorar las competencias de la población general en este ámbito?</p>	<p>Variabilidad de explicaciones ante las carencias percibidas: se perciben como problemas para una divulgación correcta, entre otros, la edad de la población (envejecida en el ámbito rural), la existencia de una amplia prolijidad de jefaturas diferentes (con intereses contrapuestos y, en ocasiones, en conflicto), la falta de tiempo de los profesionales que pudieran colaborar o la vocación eminentemente asistencial (solo docente o divulgadora en casos muy concretos) de los trabajadores asistenciales en emergencias.</p> <p>Se sugiere, en algunos casos, reticencia para el manejo de ciertas informaciones por parte de los profesionales de la comunicación, legos en el ámbito asistencial: varios de los entrevistados señalan preocupación sobre la posibilidad de confiar información en personas no profesionales de la emergencia (periodistas y otros comunicadores). Sí expresan confianza en dicha divulgación si el profesional de la comunicación tiene bagaje asistencial en situaciones de emergencia.</p>

Pregunta	Conclusiones extraídas
5) ¿Cuáles son, a su juicio, los principales errores que cometen los primeros intervinientes en las emergencias que suelen atender ustedes?	Coincidencia plena en todos los entrevistados: errores debidos al desconocimiento (actuar sin formación, de forma impulsiva o no actuar en absoluto –abstención-).
6) En su opinión: ¿qué tipo de habilidades y conocimientos sería necesario reforzar en el ciudadano como primer interviniente potencial en una emergencia (desde el punto de vista y las competencias de su institución)?	Existe consenso entre los entrevistados: se debe educar a la población en la resolución, a nivel de primer interviniente no profesional, de casos prácticos y cotidianos.
7) En su opinión: ¿sería pertinente incluir la totalidad o parte de dichos conocimientos (y habilidades) en los planes de estudio oficiales?	No hay dudas ni disensiones entre los entrevistados: todos consideran dicha necesidad.
8) Supeditada a la respuesta anterior: 1. Si la respuesta anterior fuese positiva: ¿considera que debería instaurarse dicha formación en la formación pregrado, de grado, de posgrado o en todos los niveles educativos? 2. Si la respuesta anterior fuese negativa: ¿considera que debería procurarse la formación en dichos aspectos fuera de los planes de estudio oficiales? ¿sugiere algún medio para ello?	Se detectan diferencias en cuanto a cómo se debería incluir dicha formación: algunos hacen referencia a la formación profesional; otros, a la educación general básica desde preescolar; la mayoría de entrevistados son partidarios de realizar dicha formación a todos los niveles, adaptando los materiales y métodos formativos a edad, circunstancias sociales y otros condicionantes. Estas diferencias denotan que la formación impartida por las instituciones referidas no suele realizarse en base a conocimientos periodísticos, de las audiencias, de los medios o de otros aspectos específicos del mundo de la comunicación: los profesionales de la emergencia, cuando divulgan, no suelen adaptar los contenidos a los medios con mayor potencial o sus <i>targets</i> .
9) ¿Tiene su institución algún proyecto/campaña/ publicación oficial dirigida a la información a los primeros intervinientes potenciales en una emergencia extrahospitalaria?	En La Rioja, son ejemplos de divulgación relacionados con la resolución de emergencias (ver anexo G) las jornadas de RCP en los colegios, las iniciativas de educación vial propuestas por la Guardia Civil o las intervenciones del “Bombero Baldomero” dirigidas a edades tempranas (niños de 3 a 7 años). Existen pocos ejemplos de divulgación oficiales: algunos entrevistados describen una formación “circunstancial”: se aprovecha el contacto ocasional con los medios de comunicación, cuando existe algún incidente concreto, para aconsejar a la ciudadanía de cara a futuros supuestos similares.
10) ¿Tiene conocimiento de la existencia / inexistencia de planes formativos en este tipo de competencias en esta u otras comunidades autónomas?	Algunos entrevistados hacen referencia a los estudios preparatorios a nivel profesional (formación profesional, fundamentalmente). También aluden, algunos, a la inclusión de contenidos en la formación escolar (RCP, educación vial y nociones básicas por parte de bomberos).
11) ¿Considera que la capacidad docente de los profesionales de su institución es suficiente para transmitir a la población general qué hacer y qué no hacer en los escenarios de emergencia que ha nombrado anteriormente?	Todos cuentan con profesionales implicados en la divulgación y en la docencia, y ponen en valor su experiencia y su buena predisposición. No obstante, todos refieren que se requeriría ayuda externa por varios motivos (logísticos, falta de tiempo, conocimiento de los medios por parte de los profesionales de la comunicación, etc.).
12) ¿Considera necesario el apoyo de los profesionales de la comunicación para llevar a cabo lo anterior?	El representante de Protección Civil alude a los gabinetes de prensa y profesionales implicados en la divulgación institucional; el resto de entrevistados consideran y expresan la necesidad de ayuda por parte de los profesionales de la comunicación.

Pregunta	Conclusiones extraídas
13) ¿Considera que su institución debería incluir entre sus objetivos/obligaciones la formación/divulgación de contenidos a los primeros intervinientes potenciales?	Todos responden afirmativamente.
14) ¿Considera adecuada y factible una metodología de trabajo interdisciplinar, en la que las instituciones decidieran qué transmitir (en el ámbito de sus competencias) y fueran los profesionales de la comunicación quienes decidieran cómo hacerlo (con qué medios y en qué momento)?	Todos consideran muy adecuada dicha metodología.
15) ¿Colaboraría como asesor especializado en la elaboración de un proyecto de divulgación, donde su institución decidiera qué transmitir y el profesional de la comunicación decidiera cómo transmitirlo (con qué recursos y por qué medios)?	Todos responden afirmativamente.
16) ¿Recomienda a alguna persona de su institución o de otra con formación y habilidades para colaborar en el presente proyecto?	Todos responden afirmativamente, lo que contribuye al acceso (mediante sondeo de bola de nieve) a nuevos y enriquecedores puntos de vista provenientes de otros profesionales de la emergencia.

Fuente: elaboración propia.

Las entrevistas realizadas a diferentes profesionales del ámbito de la comunicación en La Rioja (Anexo D), descritos en el apartado “Metodología”, permiten extraer conclusiones de utilidad para la elaboración de la transmedia propuesta en el presente TFG. Las respuestas han sido comparadas, complementadas y sistematizadas en la tabla 3.

Tabla 3. Conclusiones de entrevistas a profesionales de la Comunicación en La Rioja

Pregunta	Conclusiones extraídas
1) ¿Está familiarizado con la narrativa transmedia? ¿Ha participado en la producción, coordinación o realización de alguna pieza dirigida a formar parte de alguna?	Se constata una desigual familiarización con la narrativa transmedia entre los profesionales entrevistados. Todos, sin excepción, consideran que las nuevas narrativas (entre ellas la transmedia) tienen gran potencial para la divulgación, en general.
2) ¿Ha realizado/coordinado en algún momento piezas para uno o varios medios, relacionadas o dirigidas a proyectos de divulgación científica? ¿Cuáles?	Desigual experiencia entre los profesionales entrevistados. La mayoría, aunque no todos, restringen su actividad profesional a un medio concreto. Todos, sin excepción, consideran que las nuevas narrativas (entre ellas la transmedia) tienen gran potencial para la divulgación científica, en general. Cabe destacar que cuando emergió el 061 de La Rioja, hace 20 años, se procuró darlo a conocer a la población mediante secciones temáticas en programas de radio que, incluso, tenían sintonía propia y fueron elaborados por los profesionales médicos del servicio: en ellas, se daban recomendaciones a la población ante posibles situaciones de emergencia. Dichas emisiones se mantuvieron durante cinco o seis años. Se ha buscado activamente dicho material, pero no ha sido facilitado al autor del presente TFG.
3) Si la respuesta anterior fuera afirmativa: ¿alguna de ellas incluía ficcionalización de contenidos?	La mayoría de los entrevistados no ha trabajado en proyectos de ficción, sino en la elaboración y difusión de información relacionada con hechos noticiosos y realidades detrás de ellos, con diferentes enfoques y en diferentes formatos. Los entrevistados cuya actividad profesional tiene relación con el videojuego o la génesis de campañas sí han trabajado en proyectos con ficción de contenidos.
4) Como profesional de la comunicación, ¿tiene conocimiento de la casuística de las emergencias extrahospitalarias en la Comunidad Autónoma de La Rioja?	Todos, en mayor o menor medida, refieren conocer la realidad de la emergencia extrahospitalaria en La Rioja. Concretamente, conocen los sucesos que se producen, la estructura de las empresas profesionales dedicadas a la emergencia, los grupos de trabajo en comunicación de información urgente y la existencia de protocolos que las instituciones (Protección Civil, fundamentalmente) comunican para la actuación en caso de emergencias (sin entrar en profundidad en su contenido)

Pregunta	Conclusiones extraídas
<p>5) ¿Qué tipo de piezas periodísticas consideraría más adecuadas o apropiadas, para la transmisión de contenidos (a la población general, relacionados con qué hacer y qué no hacer en las siguientes situaciones?:</p> <p>A. Incendio de vivienda B. Incendio rural C. Accidentes de tráfico en vehículo en carretera D. Accidente de tráfico fuera de vía E. Accidente de tráfico con peatones en entorno urbano F. Atención inicial a una PCR G. Convulsiones y disminución de nivel de consciencia H. Atragantamiento y ahogamiento I. Dolor torácico J. Inundación con víctimas K. Accidente con riesgo químico y biológico L. Heridas con arma blanca M. Heridas con arma de fuego N. Llamada por cualquier motivo a centro coordinador de emergencias</p>	<p>Se han propuesto, como piezas indicadas, campañas de concienciación regulares (y no solo cuando ocurren determinados eventos), elaboración de guías prácticas con aval por parte de las instituciones profesionales de emergencias, podcast con episodios monográficos o temáticos (que incluyan entrevistas a profesionales, testimonios reales, consejos prácticos y respuestas a las preguntas de la ciudadanía), programas especializados y secciones (en radio, televisión y prensa), simulaciones y ficciones, emisión de testimonios y casos de estudio, revisiones de emergencias acontecidas en el pasado y piezas elaboradas con el fin de mejorar el acceso a recursos (web, redes sociales, etc.). Todos coinciden en el potencial, debido a su bajo coste y facilidad de elaboración, de la ficción podcast.</p> <p>Alguno de los entrevistados refiere que existen suficientes piezas ya elaboradas, y que sería necesario realizar un repositorio que permitiera encontrar los canales para llegar a la población. Puntualiza que hay mucha producción de calidad y poca capacidad para filtrarla y compartirla, y señala que la población debería recibir esta información en un circuito reglado (por ejemplo, formación obligatoria) y con el aval de las instituciones profesionales (en la competencia de cada una).</p> <p>Otro de los entrevistados aporta que no se han explorado suficientemente las vías de comunicación institucionales, puntualizando que no vale con colgar material de autoprotección en una web, sino que es necesario clarificar las recomendaciones mediante contenido audiovisual, píldoras audiovisuales a cargo de profesionales intervinientes en emergencias, etc. Insiste en que todo contenido debe mejorar y contribuir a la capacidad pedagógica de las instituciones profesionales con la población.</p>
<p>6) ¿Tiene conocimiento de la existencia de proyectos de divulgación, específicamente relacionados con la formación a primeros intervinientes potenciales no profesionales, en emergencias extrahospitalarias en La Rioja? En caso afirmativo: ¿están coordinados con algún servicio profesional de asistencia a la emergencia en La Rioja?</p>	<p>Algunos entrevistados señalan algunas campañas, pero inciden en la inexistencia de programas: se realizan intervenciones esporádicas o comunicaciones en determinadas circunstancias, pero se carece de un programa planificado de antemano, dirigido a un target concreto y con permeabilidad suficiente.</p> <p>Los entrevistados nombran iniciativas esporádicas dirigidas a niños en las escuelas, talleres y jornadas. Todos insisten en la necesidad de proyectos planificados correctamente y dirigidos a tal fin.</p>
<p>7) ¿Considera suficientes esos proyectos para alcanzar a toda la población riojana?</p>	<p>Todos coinciden en la necesidad de nuevos proyectos a tal fin. Uno de los entrevistados incide en la necesidad de reforzar, además, los escasos proyectos existentes.</p>
<p>8) ¿Considera que la capacidad docente de los profesionales de las instituciones de la emergencia extrahospitalaria en La Rioja es suficiente para transmitir a la población general qué hacer y qué no hacer en los escenarios de emergencia que ha nombrado anteriormente? (no solo por validez pedagógica/comunicativa, sino también por logística)</p>	<p>Los entrevistados consideran que la capacidad magisterial de los profesionales del ámbito de la emergencia tiene muy buen nivel, y que los profesionales son capaces de elaborar pautas válidas. Todos señalan que son útiles y necesarios para decidir qué información es válida para la población en cada caso: específicamente, algunos entrevistados señalan la necesidad de contar con profesionales asistenciales, y no solo con sus jefaturas (cuya visión logística global, por muy útil que sea, carece de la cercanía personal con la población atendida).</p> <p>Todos inciden en la vocación predominantemente asistencial de los profesionales y las dificultades técnicas que los servicios tienen para difundir la información de forma autónoma, amén de su falta de visibilidad en el ámbito de la comunicación. Dicha visibilidad aumenta, únicamente y en opinión de los entrevistados, cuando ocurre una emergencia llamativa para la audiencia.</p>

Pregunta	Conclusiones extraídas
9) ¿Qué papel tendrían los profesionales de la comunicación para colaborar en lo anterior?	Todos coinciden en este punto: deberían centrar el mensaje y traducir el lenguaje técnico al propio de la ciudadanía. El periodista debe ser el puente para la transmisión de información práctica avalada por las instituciones profesionales de la emergencia.
10) ¿Considera que instituciones de la emergencia y los medios de comunicación deberían incluir entre sus objetivos/obligaciones la formación/divulgación de contenidos a los primeros intervinientes potenciales ante situaciones cotidianas de emergencias potenciales?	Todos los entrevistados dan una respuesta afirmativa. Algunos entrevistados matizan que los profesionales de los medios deberían formarse especialmente, conocer la terminología técnica, versarse en seguridad en escenarios de emergencia y en aspectos relacionados con la responsabilidad (en qué momentos de una emergencia deben transmitirse públicamente qué datos, desde el punto de vista ético y legal).
11) ¿Cree que los medios deberían tener como obligación o responsabilidad la colaboración con las instituciones implicadas en la emergencia extrahospitalaria para la elaboración de piezas orientadas a la divulgación a la población general (en términos de primer interviniente potencial)?	Los entrevistados señalan, mayoritariamente, que la responsabilidad social corporativa de los medios es sensible a esta demanda. Algunos matizan que lo ideal sería la formación y la información recurrente y anterior a la emergencia y no <i>a posteriori</i> , como suele producirse: algunos entrevistados señalan, como causa de ello, que la rentabilidad en los medios se asocia a la espectacularización y lo demostrativo, y proponen la realización de “píldoras informativas” para contrarrestar este hecho.
12) Si la respuesta fuera afirmativa: ¿bastaría con comunicarse con los gabinetes de prensa? ¿Propondría alguna otra forma de coordinarlo?	Todos los encuestados valoran positivamente el papel de los gabinetes de prensa, pero los consideran insuficientes para la formación de la población general en este aspecto. Concretamente, alguno de los entrevistados propone tender puentes con determinados profesionales asistenciales con vocación divulgadora, más allá de los gabinetes, y otro propone que se introduzca un componente de recurrencia temporal, de forma que la información no solo se ligue a un hecho noticiable puntual (sino que forme parte de la predefinición de información a divulgar en los medios). Uno de los entrevistados señala un problema en este punto: a su juicio, el periodista está limitado por la exigencia de ofrecer información noticiosa de actualidad y el gabinete de prensa necesita un factor de novedad (siéndole muy difícil ofrecer contenido estático). Un proyecto de divulgación, en este sentido, requeriría la participación de políticas y activos sociales. Uno de los entrevistados responde, en este punto, que existen determinados grados de Formación Profesional (FP) con alumnos que podrían estar muy interesados en colaborar en la elaboración de piezas audiovisuales adecuadas para la transmedia propuesta. Se brinda a servir de enlace a tal efecto.

Pregunta	Conclusiones extraídas
<p>13) ¿En qué tipo de piezas de una transmedia, en su opinión, sería pertinente la presencia activa de un profesional de la emergencia y en cuáles no?</p>	<p>Todos coinciden: el contenido científico-técnico debe contar con el aval del profesional, que es quien aporta credibilidad. La forma de contarlo sí que puede ser asesorada por el técnico de la comunicación, de la imagen, etc.</p> <p>Un entrevistado incide en que, si no se está llegando correctamente a la población, una de las dos piezas (la que representa el aval o la que representa la forma de comunicar) debe revisar cómo está actuando.</p> <p>Otro entrevistado refiere que en las piezas propuestas deberían existir visiones conjuntas de los temas: tanto las de los altos cargos institucionales como la de los profesionales de la asistencia cotidiana. En este punto, refiere, es conveniente recoger entrevistas a profesionales y responder a las dudas planteadas por la ciudadanía mediante testimonios reales y consejos prácticos.</p>
<p>14) ¿Tiene conocimiento de herramientas para la medición del impacto en las audiencias de la divulgación de los contenidos propuestos a través de su medio?</p>	<p>No todos los profesionales de la comunicación entrevistados dominan herramientas para la medición del impacto en las audiencias. Algunos de ellos sí proponen formas de medición, especialmente en medios <i>online</i>. Todos ponen en valor la posibilidad de medir el impacto en las audiencias de piezas para una narrativa transmedia por sus implicaciones prácticas (refuerzo de unos contenidos sobre otros, promoción a través de unas plataformas sobre otras, etc.).</p>
<p>15) ¿Colaboraría como asesor especializado en la elaboración de un proyecto de divulgación, donde las instituciones de la emergencia decidieran qué transmitir y el profesional de la comunicación decidiera cómo transmitirlo (con qué recursos y por qué medios)?</p>	<p>Todos, sin excepción, se brindan a colaborar.</p>
<p>16) ¿Recomienda a algún compañero del mundo de la comunicación, con ejercicio en La Rioja, y que pudiera colaborar en este proyecto?</p>	<p>Todos responden afirmativamente, lo que contribuye al acceso (mediante sondeo de bola de nieve) a nuevos y enriquecedores puntos de vista provenientes de otros profesionales de la emergencia.</p>


Fuente: elaboración propia.

La revisión bibliográfica expuesta anteriormente muestra el potencial de la narrativa transmedia para la divulgación de los contenidos propuestos; la revisión de las diferentes iniciativas en activo para la divulgación de contenidos de emergencias aporta una importante información contextual; el análisis exploratorio realizado, mediante entrevistas a una amplia representación de profesionales implicados y cuyas conclusiones han sido reflejadas en este apartado (sistematizadas en “Resultados”), aporta elementos clave para la configuración de la transmedia ideada. En el siguiente apartado presento la propuesta transmedia concreta, objetivo del presente TFG, mediante la metodología propuesta por Lovato (2018).

5. Conclusiones: respuesta a los objetivos propuestos


Para exponer las bases del relato global y los esquemas preliminares de la transmedia ideada, respondiendo a los objetivos planteados, utilizo las plantillas propuestas por Anahí Lovato (2018): reflejo en ellas la aproximación general, de elaboración propia, a sus elementos e interrelaciones, si bien los condicionantes de la producción de cada elemento determinará su configuración final.

Las primeras plantillas (plantillas 1 a 6) describen el **mundo de la historia**, recopilan toda la información sobre el universo narrativo y lo clarifican; posteriormente, se reflejan las **experiencias** que se pretenden generar en los diferentes usuarios de la transmedia mediante sus diferentes piezas (plantillas 7 y 8); las siguientes plantillas referencian las **plataformas narrativas** que, a priori, vehicularán las historias propuestas (plantillas 9 a 17); por último, en las plantillas finales, esbozo un plan de **ejecución** del proyecto (plantillas 18 en adelante). Cabe señalar que la transmedia propuesta no parte de la nada: varios de los proyectos de divulgación existentes y arraigados en La Rioja, así como diferentes piezas ya elaboradas (una vez obtenida la colaboración de sus autores), son perfectamente válidos como punto de partida de la misma: todo ello favorece el desarrollo e interrelación de otras piezas.



PLANTILLA PARA DISEÑO
DE NARRATIVAS TRANSMEDIA

#DCM Team | PRODUCCIONES
TRANSMEDIA




Sugerencia para diseñadores y guionistas transmedia: regresar siempre a este primer punto tras haber finalizado la instancia de exploración e investigación del tema.

TEMA O CONFLICTO
Qué queremos contar

1. Qué es una emergencia extrahospitalaria
2. Qué tipos de emergencia extrahospitalarias existen (casos y enfoques)
3. Riesgos existentes y pautas de seguridad en cada tipo de emergencia
4. Qué hacer en cada tipo de emergencia extrahospitalaria
5. Qué no hacer en cada tipo de emergencia extrahospitalaria
6. Qué servicios y recursos intervienen en cada tipo de emergencia extrahospitalaria
7. Cómo activar al servicio de emergencia extrahospitalaria más conveniente en cada caso, de forma eficaz

NARRATIVA
MUNDO DE LA HISTORIA

Contenido de elaboración propia, reflejado en la plantilla elaborada por Anahí Lovato (2018) a partir de experiencias transmedia desarrolladas por el equipo de la Dirección de Comunicación Multimedial de la Universidad Nacional de Rosario y la revisión de modelos propuestos por Gary P. Hayes (2012), Robert Pratten (2001 y 2015), Fernando Acuña y Alejandro Caloguerrea (2012), Carlos Scolari (2014) y Max Giovagnoli (2017).



1

#DCM

PRODUCCIONES
TRANSMEDIA

NARRATIVA
MUNDO DE LA HISTORIA

PLANTILLA PARA DISEÑO DE NARRATIVAS TRANSMEDIA

PERSONAJES Y CONEXIONES

Quiénes son los protagonistas de nuestra historia y cómo se vinculan

Población general (intervinientes no profesionales)	real <input checked="" type="checkbox"/>	ficticio <input checked="" type="checkbox"/>
Profesionales de emergencias (sanitarios –médico, enfermero, técnicos de emergencias-, bomberos, Policía Local, Guardia Civil, Policía Nacional, militares de diferentes rangos)	real <input checked="" type="checkbox"/>	ficticio <input checked="" type="checkbox"/>
Receptores de primera llamada	real <input checked="" type="checkbox"/>	ficticio <input checked="" type="checkbox"/>
Administraciones	real <input checked="" type="checkbox"/>	ficticio <input checked="" type="checkbox"/>

Nota 1: todos los personajes anteriores pueden ficcionalizarse.

Nota 2: La vinculación de los profesionales entre sí durante la asistencia profesional en un escenario de emergencias extrahospitalarias es otro aspecto de interés, también complejo, que escapa a la idea de base del presente TFG, y que podría ser desarrollado en otros proyectos más adelante.

La audiencia, ¿puede ser considerada un personaje dentro de la historia? ¿Qué rol desempeñará?

La audiencia es la principal protagonista (y un claro personaje dentro de la historia) en un escenario de emergencias extrahospitalarias: el proyecto trata de "empoderar" al primer interviniente no profesional y facilitarle herramientas de entrenamiento (formarle sobre qué hacer y qué no hacer en las diferentes situaciones)

ESCENARIOS Y TIEMPOS

Dónde y cuándo se desarrolla nuestra historia

Existirán diferentes historias, con **diferentes escenarios y tiempos** (diferentes localizaciones, en diferentes estaciones y ambientes), con predominancia en la actualidad, según el medio en que se difunda la historia y el público objetivo de la misma.

Principales ejemplos de escenarios:

- **Domicilios:** incendio, olor a gas, humo proveniente de otra vivienda, persona inconsciente (con o sin PCR), persona con dolor torácico o síntomas neurológicos (pérdida de fuerza en miembro, desviación de comisura bucal, alteraciones en el habla), agresiones con arma blanca o arma de fuego, hemorragia masiva.
- **Via pública:** accidente de tráfico, incendios urbanos y forestales, incendios en zonas industriales, personas inconscientes, RCP y desfibrilación, emergencias por fenómenos atmosféricos adversos y riesgos naturales (inundaciones, golpes de calor y altas temperaturas, vientos fuertes, congelaciones, nevadas y granizadas, calma, contaminación, terremotos, etc.), emergencias en concentraciones de personas y espectáculos públicos, emergencias nucleares y químicas, agresiones con arma blanca o arma de fuego, hemorragia masiva, persona con dolor torácico o síntomas neurológicos.
- **Otros:** diferentes ficciones se podrán localizar en escenarios tales como parques de bomberos, centro coordinador de 112, interior de ambulancias de diferentes tipos, escenarios rurales (montañas, valles, etc.), escenarios acuáticos (mares y ríos) y otros.

Contenido de elaboración propia, reflejado en la plantilla elaborada por Anahí Lovato (2018) a partir de experiencias transmedia desarrolladas por el equipo de la Dirección de Comunicación Multimedial de la Universidad Nacional de Rosario y la revisión de modelos propuestos por Gary P. Hayes (2012), Robert Pratten (2001 y 2015), Fernando Acuña y Alejandro Caloguerea (2012), Carlos Scolari (2014) y Max Giovagnoli (2017).

2

#DCM

PRODUCCIONES
TRANSMEDIA

NARRATIVA
MUNDO DE LA HISTORIA

PLANTILLA PARA DISEÑO DE NARRATIVAS TRANSMEDIA

TÍTULO

DIVERGENCIAS

(divulgación + divertimento + diversidad + emergencias)

LEMAS

Tú salvas; nosotros te ayudamos

Emergencias: tú eres lo primero

GÉNERO

Divulgación científica (no ficción) con ficcionalización de contenidos

STORYLINE

Ante los riesgos vitales cotidianos, tu entrenamiento y formación personal son decisivos. Cuentas, para ello, con la mejor ayuda profesional.

La sinopsis funcional describe brevemente la expansión del mundo de la historia en las diferentes plataformas que permitirán contarla. Se sugiere completar este punto luego de finalizar la tercera etapa de esta plantilla, correspondiente a la elección de plataformas, remisiones y relaciones temporales entre ellas.

SINOPSIS NARRATIVA

Todo ciudadano, de cualquier edad y condición (**quién**), puede aprender a actuar en diferentes situaciones de emergencias (**qué**), en los primeros momentos del acontecimiento (**cuándo**), en diversos escenarios y localizaciones extrahospitalarias (**dónde**), para salvar vidas de forma eficaz (**para qué**), al ser los primeros intervinientes potenciales y, por ende, los testigos más importantes (**por qué**).

SINOPSIS FUNCIONAL

Basada en los **métodos tradicionales** de divulgación existente y arraigada en La Rioja, la transmedia propuesta servirá para potenciar su alcance, su repercusión y su eficacia.

Se procurará englobar, dentro de la misma, **iniciativas formativas** como RCP en las escuelas, El bombero Baldomero o las Jornadas de Emergencias.

A tal fin, se ofrecen un conjunto de **piezas complementarias** interrelacionadas con las anteriores, en diferentes plataformas y medios (ver plantillas de apartado PLATAFORMAS)

Contenido de elaboración propia, reflejado en la plantilla elaborada por Anahí Lovato (2018) a partir de experiencias transmedia desarrolladas por el equipo de la Dirección de Comunicación Multimedial de la Universidad Nacional de Rosario y la revisión de modelos propuestos por Gary P. Hayes (2012), Robert Pratten (2001 y 2015), Fernando Acuña y Alejandro Caloguerea (2012), Carlos Scolari (2014) y Max Giovagnoli (2017).

3



PLANTILLA PARA DISEÑO DE NARRATIVAS TRANSMEDIA

#DCM PRODUCCIONES TRANSMEDIA

NARRATIVA MUNDO DE LA HISTORIA

PERSONAJE: El ciudadano (niño)

DESCRIPCIÓN: Valiente y observador

Los más pequeños de la casa, con su curiosidad y su poder de observación, tienen la capacidad de aprender conceptos sencillos (personajes, tipos de vehículos, riesgos evidentes, números de teléfono de tres cifras, etc.) y configuran un importante personaje de la transmedia propuesta.

APORTES A LA HISTORIA: Sorpresa, inocencia y anzuelo

El niño utiliza diferentes medios y plataformas, demanda formación por parte de sus educadores en asuntos que despiertan su curiosidad y es capaz de guiar el consumo familiar. Todo ello lo convierte en una pieza fundamental para introducir a la familia en la narrativa transmedia.

PERSONAJE: El ciudadano (joven)

DESCRIPCIÓN: Iniciativa y toma de decisiones

Primeros intervinientes potenciales no profesionales en la emergencia extrahospitalaria. Su actuación es esencial para la supervivencia y la resolución de los escenarios. Sus conocimientos son genéricos y deben ser guiados por profesionales. Puede asumir diferentes roles (estudiante, padre, etc.).

APORTES A LA HISTORIA: Consumo y creatividad

Grandes consumidores de medios, tienen capacidad de buscar respuestas de forma autónoma a las necesidades cotidianas, además de una competitividad que puede ser alimentada en diferentes entornos. Los adultos, además, pueden funcionar como prosumidores en la transmedia.

PERSONAJE: El ciudadano (jubilado)

DESCRIPCIÓN: La voz de la experiencia

Sin la capacidad sensorial del niño, y con preferencia por medios de comunicación tradicionales, los mayores discernen riesgos en base a su experiencia, formación y bagaje previos. Son capaces de universalizar y sistematizar conocimientos en refranes y chascarrillos y sus observaciones son útiles para el desarrollo de historias.

APORTES A LA HISTORIA: Bagaje y sabiduría

Su experiencia es fundamental para la resolución de casos en entornos concretos como el rural. Consumen medios tradicionales y exteriores, y tienen capacidad de sistematizar el conocimiento práctico. También son capaces de guiar el consumo familiar.

PERSONAJE: El cuentacuentos

DESCRIPCIÓN: Narrador omnisciente

En diferentes piezas, el narrador omnisciente tiene la capacidad de crear un determinado ambiente narrativo. Se definirán sus características en función de la pieza concreta (temática, público objetivo, plataforma o medio en que será difundido el contenido, etc.). Representa, además, al profesional de la Comunicación.

APORTES A LA HISTORIA: Objetividad y rigor

El narrador puede ser clave, en función del medio y la plataforma, para comunicar al usuario los pormenores del acontecimiento cuyo desarrollo se aborda, la temática, el escenario o el rol de los intervinientes. Además, representa a las diferentes instituciones profesionales y puede sistematizar las enseñanzas de cada pieza.

Contenido de elaboración propia, reflejado en la plantilla elaborada por Anahí Lovato (2018) a partir de experiencias transmedia desarrolladas por el equipo de la Dirección de Comunicación Multimedial de la Universidad Nacional de Rosario y la revisión de modelos propuestos por Gary P. Hayes (2012), Robert Pratten (2001 y 2015), Fernando Acuña y Alejandro Caloguerrea (2012), Carlos Scolari (2014) y Max Giovagnoli (2017).


4



PLANTILLA PARA DISEÑO DE NARRATIVAS TRANSMEDIA

#DCM PRODUCCIONES TRANSMEDIA

NARRATIVA MUNDO DE LA HISTORIA

PERSONAJE: El médico de emergencias

DESCRIPCIÓN: Líder sanitario

El médico tiene conocimientos científico-técnicos en el aspecto sanitario de la emergencia (patologías tiempo-dependientes como infartos, dolores torácicos, PCR, inconscientes, ictus, intoxicaciones, intentos de suicidio, traumatismos, accidentes de tráfico, ahogos, etc.). No siempre se encuentra en el lugar de los hechos.

APORTES A LA HISTORIA: Consejo médico

El médico aporta consejo médico desde el centro coordinador (en emergencias sanitarias), envía recursos sanitarios adaptado a la urgencia y soluciona problemas sanitarios complejos. Sin embargo, nada puede hacer, en ocasiones, si no hay intervención previa. Aporta el aval científico-técnico en el ámbito sanitario.

PERSONAJE: La enfermera de emergencias

DESCRIPCIÓN: Líder en cuidados

Junto al médico de emergencias, la enfermera aporta conocimientos para el cuidado y tratamiento en patologías tiempo-dependientes, y consejos sanitarios para el mantenimiento de la salud. Al igual que el médico, requiere de la intervención de primeros intervinientes y no siempre se encuentra en el lugar de la emergencia *a priori*.

APORTES A LA HISTORIA: Cuidados y consejo enfermero

La enfermera domina técnicas que facilitan la administración de tratamiento y cuidados a los afectados por una emergencia sanitaria. También tiene capacidad para dar indicaciones desde el centro coordinador, indicando acciones que pueden guiar al primer interviniente en el escenario, hasta la llegada de ayuda profesional.

PERSONAJE: El bombero

DESCRIPCIÓN: Salvamento y extinción de incendios

Capacidad de minimizar riesgos, facilitar maniobras al resto de intervinientes y asegurar escenarios de diversos riesgos (incendios, escenarios acuáticos, implicación de sustancias –físicas, químicas o biológicas-, otros riesgos ambientales –animales y plagas, limpieza de calzadas, inundaciones, fenómenos atmosféricos adversos-, etc.).

APORTES A LA HISTORIA: Escenarios y soluciones

Suponen un personaje angular de la narrativa transmedia: su labor es muy reconocida socialmente y su trabajo es capaz de despertar la curiosidad de niños y adultos. La amplia diversidad de escenarios donde se requiere su acción es clave para la configuración de la transmedia propuesta.

PERSONAJE: El Guardia Civil

DESCRIPCIÓN: El orden y la ley

El Guardia Civil representa la mayor autoridad en la regulación del tráfico y en la recogida de datos de cara a procedimientos legales posteriores. Requiere la intervención del primer interviniente no profesional desde el centro coordinador para una correcta gestión de los recursos. Indispensables en la resolución de la emergencia.

APORTES A LA HISTORIA: Educación vial y coordinación

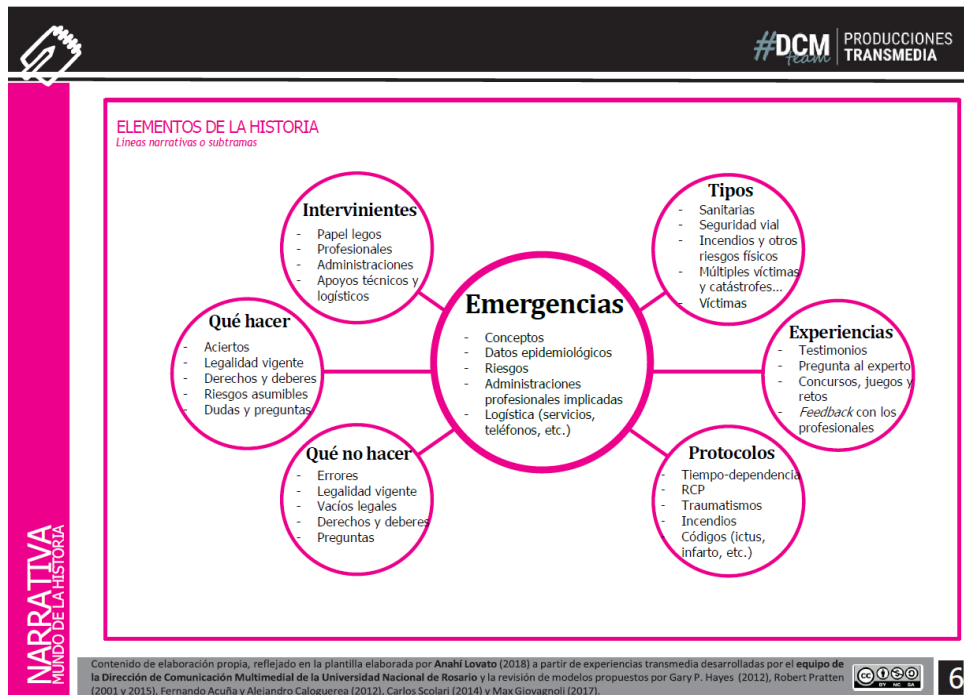
Guía en seguridad vial. También son los profesionales encargados de dilucidar las causas de la emergencia y representan a la autoridad jurídica durante la resolución de la misma. Tienen potestad de recabar datos personales y otros para contribuir a los procesos posteriores y a la clarificación de las circunstancias.

Contenido de elaboración propia, reflejado en la plantilla elaborada por Anahí Lovato (2018) a partir de experiencias transmedia desarrolladas por el equipo de la Dirección de Comunicación Multimedial de la Universidad Nacional de Rosario y la revisión de modelos propuestos por Gary P. Hayes (2012), Robert Pratten (2001 y 2015), Fernando Acuña y Alejandro Caloguerrea (2012), Carlos Scolari (2014) y Max Giovagnoli (2017).


5


48

Todos estos personajes arquetípicos, y muchos otros, pueden ser ficcionados en diferentes piezas, como expondré después. Como ejemplos, tenemos la ficción del bombero (“el bombero Baldomero”) u otros personajes ficcionados (“Lucía, la policía”, “Roderico, el médico”; o antagonistas como el “Demonio del fuego”, “Doña Tormenta”, etc.).




Sin perder de vista los objetivos generales de la narración (qué espero lograr), conviene reflejar la posible participación de la audiencia (prosumidora, al participar en el desarrollo de la transmedia), definir el *target* (a quién queremos llegar y cómo, teniendo en cuenta capacidades, limitaciones, usos de los diferentes medios, etc.), qué puede aportar cada tipo de público (cómo involucrarlo, a través de qué medios, y cómo responder a las necesidades percibidas mediante la interacción con el mismo) y en qué plataformas y medios (sabiendo que el mundo ficticio definido guarda gran relación con el mundo físico, donde se desarrollará la historia). La pregunta esencial es qué aportará qué tipo de prosumidor, a través de qué medio y mediante qué tipo de participación: en todo, tendrá un valor capital su experiencia.

Para exponerlo, utilizo las siguientes plantillas de Anahí Lovato (2018): la primera recoge, en resumen, el tipo de audiencias que ayudará a construir el relato en función de los objetivos planteados, cómo participará y con qué objetivos; la segunda, genéricamente, los medios propuestos para conseguirlo y qué parte de historia se contará en las diferentes plataformas propuestas, así como qué podrán hacer los usuarios en cada una de ellas.



PLANTILLA PARA DISEÑO DE NARRATIVAS TRANSMEDIA



PRODUCCIONES TRANSMEDIA

AUDIENCIAS / USUARIOS

Qué públicos queremos alcanzar. Dónde están. Cómo y cuándo consumen contenidos.

El público objetivo es la población general. Dada su diversidad, podemos dividirlo en (Ministerio de Educación, Formación Profesional y Deportes, s.f.):


1. **Niños (de 0 a 16 años):** ámbitos escolar y familiar.
 - a. Etapa infantil (0 a 6 años): conviene adaptar los contenidos al juego y a la docencia enfocada al aprendizaje infantil (educación familiar y en escuelas infantiles).
 - b. Educación primaria (6 a 12 años): consumen, preferentemente, contenidos en Internet y en medios externos (EGM, 2024). Educación impartida en ámbito familiar y en colegios.
 - c. Educación Secundaria Obligatoria (12 a 16 años): consumen preferentemente contenidos en Internet y en medios externos (EGM, 2024). Educación impartida en ámbito familiar, institutos y colegios.
2. **Jóvenes (bachillerato y Formación Profesional) y adultos en edad laboral (de 16 a 65 años):** ámbitos familiar, laboral y de ocio. Consumo preferente de contenidos en Internet (aplicaciones móviles, redes sociales, videojuegos, plataformas audiovisuales, contenidos web y podcasting), medios externos y radio (EGM, 2024).
3. **Jubilados y población añosa (más de 66 años):** consumidora, mayoritariamente, de medios tradicionales (medios externos, prensa escrita, radio y televisión).

OBJETIVOS

Qué esperamos lograr.

1. **Concienciación:** "todos somos víctimas potenciales".
2. **Involucración** de los primeros intervinientes no profesionales potenciales en las emergencias extrahospitalarias.
3. Aportar **conocimiento** sobre los recursos disponibles y cómo activarlos.
4. Aportar **destrezas para la autoprotección** ante eventuales emergencias extrahospitalarias.
5. Aportar **destrezas para la actuación eficaz** en situaciones de emergencias.
6. Facilitar la **interactuación** de la población con los profesionales y administraciones implicadas en el abordaje profesional de la emergencia.
7. **Disminuir la mortalidad global** debida a emergencias extrahospitalarias en la población general.


Contenido de elaboración propia, reflejado en la plantilla elaborada por Anahí Lovato (2018) a partir de experiencias transmedia desarrolladas por el equipo de la Dirección de Comunicación Multimedial de la Universidad Nacional de Rosario y la revisión de modelos propuestos por Gary P. Hayes (2012), Robert Pratten (2001 y 2015), Fernando Acuña y Alejandro Caloguerrea (2012), Carlos Scolari (2014) y Max Giovagnoli (2017).


7

EXPERIENCIAS



PLANTILLA PARA DISEÑO DE NARRATIVAS TRANSMEDIA



PRODUCCIONES TRANSMEDIA

PARTICIPACIÓN

Qué esperamos de nuestras audiencias. Cuánto podrán involucrarse en la historia.

1. Comunicación de **necesidades y feedback** con profesionales y administraciones.
2. **Relatos** de experiencias en emergencias extrahospitalarias.
3. **Intervenciones** en concursos, redes sociales, programas radiofónicos y foros.
4. **Uso de plataformas, aplicaciones, recursos y juegos** ofrecidos.
5. **Respuesta** a encuestas de satisfacción, valoraciones, opiniones y otras herramientas de feedback
6. **Propuestas** de nuevos escenarios en base a inquietudes (que requieran respuesta por parte de profesionales)

FORMAS DE PARTICIPACIÓN

Marcar las formas esperadas.

<input checked="" type="checkbox"/> observación	<input checked="" type="checkbox"/> en equipo
<input checked="" type="checkbox"/> exploración	<input checked="" type="checkbox"/> en comunidad
<input checked="" type="checkbox"/> producción	<input checked="" type="checkbox"/> en competencia
<input checked="" type="checkbox"/> juego	<input checked="" type="checkbox"/> en colaboración
<input checked="" type="checkbox"/> role-playing	<input checked="" type="checkbox"/> acciones públicas
<input checked="" type="checkbox"/> solitaria	<input checked="" type="checkbox"/> acciones privadas

PLATAFORMAS

Qué medios pueden permitirnos alcanzar dichas audiencias y objetivos. Qué lugar ocupa el mundo real (físico) en el desarrollo de la historia y en las experiencias de usuario.

1. **Medios externos y físicos** (cartelería, folletos, marquesinas, jornadas educativas, concursos, etc.) con enlace a medios digitales (códigos QR).
2. **Página web:** debe funcionar a modo de centralización de contenidos, con aval de las instituciones profesionales implicadas en la resolución de emergencias, enlazar a otras plataformas y entidades y permitir la interacción con los usuarios. Debe incluir mapa web, recursos gráficos (infografías, videos, datos procedentes de diferentes instituciones, enlaces a sociedades y entidades colaboradoras, enlaces a redes sociales, portfolios, etc.).
3. **Aplicación móvil:** documentos de consulta rápida, servicio de geolocalización del incidente, datos de interés (teléfonos, enlace a redes sociales, etc.), movisodios, *podcasting* y foros.
4. **Podcasting (en landing page, app y plataformas).**
5. **Gamificaciones** con enlaces a plataforma web.
6. **Otras:** docuseries, reportajes (prensa escrita, digital, plataformas online, etc.).

El mundo real ocupa un lugar central en el desarrollo de la historia y las experiencias del usuario: medios externos, *scape-rooms*, concursos, simulacros y jornadas educativas deben servir para el entrenamiento de conocimientos y destrezas en situaciones de emergencia extrahospitalaria.

Se trata de una descripción preliminar. Las características de cada plataforma se desarrollarán en profundidad en la siguiente etapa de esta plantilla.



Contenido de elaboración propia, reflejado en la plantilla elaborada por Anahí Lovato (2018) a partir de experiencias transmedia desarrolladas por el equipo de la Dirección de Comunicación Multimedial de la Universidad Nacional de Rosario y la revisión de modelos propuestos por Gary P. Hayes (2012), Robert Pratten (2001 y 2015), Fernando Acuña y Alejandro Caloguerrea (2012), Carlos Scolari (2014) y Max Giovagnoli (2017).


8

EXPERIENCIAS


Las siguientes plantillas referencian las plataformas narrativas de la transmedia propuesta. El objetivo es señalar qué puede aportar cada plataforma, cómo se interrelacionan y cómo podemos, a través de ello, satisfacer la curiosidad y las necesidades de los usuarios.


Cada plataforma debe servir para exponer piezas susceptibles de funcionar como puerta de entrada al resto, adaptándose cada una a las necesidades del proyecto global: la elección de las mismas se apoya en la fidelidad de cada una al contenido específico a transmitir, en la interacción que brinda cada una a cada tipo de usuario y en la consideración de las debilidades y fortalezas de todas (como señalé en apartados anteriores del presente TFG). Se ha procurado que las fortalezas de unas plataformas se apoyen en las debilidades de las otras, sin desdeñar el desarrollo individual de cada una. Por otra parte, cada plataforma es susceptible de generar una experiencia diferente y contribuye particularmente al desarrollo global. Es de utilidad recordar, además, la existencia de proyectos ya desarrollados (algunos, ideados en el pasado por el autor del presente TFG), que pueden servir como “embrión” de nuevas piezas en otras plataformas (productos derivados, que a su vez pueden potenciarse y retroalimentarse de la transmedia actual).


 PLANTILLA PARA DISEÑO DE NARRATIVAS TRANSMEDIA		 PRODUCCIONES TRANSMEDIA	
PLATAFORMA	Jornadas en colegios y centros educativos (cursos de RCP, educación vial, jornadas de emergencias, etc.).		
TIPO	analógica <input checked="" type="checkbox"/>	digital <input type="checkbox"/>	FUNCIONAMIENTO
FUNCIÓN NARRATIVA	online <input type="checkbox"/> offline <input checked="" type="checkbox"/> detonación / lanzamiento <input checked="" type="checkbox"/> descubrimiento <input checked="" type="checkbox"/> exploración <input type="checkbox"/> experimentación <input type="checkbox"/>		
ELEMENTOS NARRATIVOS <i>Qué líneas narrativas se desarrollarán aquí.</i>	-Exposición de conceptos básicos (concepto de emergencia, tipos, profesionales implicados, recursos disponibles, etc.). -Casos tipo en diferentes jornadas. -Simulacros (RCP, educación vial, incendios, otros) y ejemplos prácticos de resolución con intervención de audiencia. -Muestra presencial de recursos (vehículos de diferentes intervinientes profesionales, utilidad de cada uno, uniformidades, etc.). -Guiñoles (para audiencias infantiles). -Enlaces a otras plataformas mediante elementos externos (cartelería, folletos, etc.).		
EXPERIENCIA <i>Qué podrán hacer los usuarios en esta plataforma</i>	<input checked="" type="checkbox"/> observación	<input type="checkbox"/> en equipo	PERSONAJES INVOLUCRADOS
	<input checked="" type="checkbox"/> exploración	<input checked="" type="checkbox"/> en comunidad	
	<input type="checkbox"/> producción	<input type="checkbox"/> en competencia	- Estudiantes de diversas edades (según jornada concreta). - Profesorado. - Profesionales de diferentes ámbitos de la emergencia (médico, guardia civil, policía nacional, bombero, etc.).
	<input type="checkbox"/> juego	<input checked="" type="checkbox"/> en colaboración	
	<input checked="" type="checkbox"/> role-playing	<input checked="" type="checkbox"/> acciones públicas	
	<input type="checkbox"/> solitaria	<input type="checkbox"/> acciones privadas	
UGC <i>¿Incluye contenido generado por usuarios?</i>	<input type="checkbox"/> sí	<input checked="" type="checkbox"/> no	RECOMPENSAS <i>Cómo se valorará la participación de los usuarios.</i>
			- Asistencia y evaluación académica. - Acceso a recursos logísticos (vehículos y materiales) y profesionales. - Propuesta de concursos. - Enlace al resto del universo.

PLATAFORMAS

Contenido de elaboración propia, reflejado en la plantilla elaborada por Anahí Lovato (2018) a partir de experiencias transmedia desarrolladas por el equipo de la Dirección de Comunicación Multimodal de la Universidad Nacional de Rosario y la revisión de modelos propuestos por Gary P. Hayes (2012), Robert Pratten (2001 y 2015), Fernando Acuña y Alejandro Caloguera (2012), Carlos Scolari (2014) y Max Giovagnoli (2017).



9


PLANTILLA PARA DISEÑO DE NARRATIVAS TRANSMEDIA		#DCM <small>team</small>	PRODUCCIONES TRANSMEDIA			
PLATAFORMAS	PLATAFORMA	Capítulos específicos en libros de texto de asignaturas de planes de estudio oficiales (Conocimientos del medio, Sociales, etc.).				
	TIPO	analógica <input checked="" type="checkbox"/>	digital <input type="checkbox"/>	FUNCIONAMIENTO	online <input type="checkbox"/>	offline <input checked="" type="checkbox"/>
	FUNCIÓN NARRATIVA	detonación / lanzamiento <input type="checkbox"/> descubrimiento <input checked="" type="checkbox"/> exploración <input checked="" type="checkbox"/> experimentación <input type="checkbox"/>				
	ELEMENTOS NARRATIVOS <i>Qué líneas narrativas se desarrollarán aquí.</i>	-Exposición de conceptos básicos adaptados a la edad (concepto de emergencia, tipos, profesionales implicados, recursos disponibles, etc.). -Enseñanza de recursos logísticos disponibles (ilustraciones y fotografías de vehículos de diferentes intervinientes profesionales, utilidad de cada uno, uniformes, riesgos, etc.). -Autoevaluaciones. -Enlaces a otras plataformas y recursos de la transmedia.				
	EXPERIENCIA <i>Qué podrán hacer los usuarios en esta plataforma</i>	<input checked="" type="checkbox"/> observación <input checked="" type="checkbox"/> exploración <input type="checkbox"/> producción <input type="checkbox"/> juego <input type="checkbox"/> role-playing <input checked="" type="checkbox"/> solitaria	<input type="checkbox"/> en equipo <input type="checkbox"/> en comunidad <input type="checkbox"/> en competencia <input type="checkbox"/> en colaboración <input type="checkbox"/> acciones públicas <input checked="" type="checkbox"/> acciones privadas	PERSONAJES INVOLUCRADOS	RECOMPENSAS <i>Cómo se valorará la participación de los usuarios.</i>	
	UGC <i>¿Incluye contenido generado por usuarios?</i>	<input type="checkbox"/> sí	<input checked="" type="checkbox"/> no	Alumnos (en este caso, se orienta al estudio individual de contenidos propuestos por docentes y avalados por instituciones profesionales de la emergencia). - Evaluación académica. - Enlace a recursos del resto de la transmedia (se plantea también el acceso a determinados concursos y experiencias formativas a estudiantes aventajados).		
Contenido de elaboración propia, reflejado en la plantilla elaborada por Anahí Lovato (2018) a partir de experiencias transmedia desarrolladas por el equipo de la Dirección de Comunicación Multimедial de la Universidad Nacional de Rosario y la revisión de modelos propuestos por Gary P. Hayes (2012), Robert Pratten (2001 y 2015), Fernando Acuña y Alejandro Caloguerrea (2012), Carlos Scolari (2014) y Max Giovagnoli (2017).					10	


PLANTILLA PARA DISEÑO DE NARRATIVAS TRANSMEDIA		#DCM <small>team</small>	PRODUCCIONES TRANSMEDIA			
PLATAFORMAS	PLATAFORMA	Cómics infantiles.				
	TIPO	analógica <input checked="" type="checkbox"/>	digital <input type="checkbox"/>	FUNCIONAMIENTO	online <input type="checkbox"/>	offline <input checked="" type="checkbox"/>
	FUNCIÓN NARRATIVA	detonación / lanzamiento <input type="checkbox"/> descubrimiento <input type="checkbox"/> exploración <input checked="" type="checkbox"/> experimentación <input type="checkbox"/>				
	ELEMENTOS NARRATIVOS <i>Qué líneas narrativas se desarrollarán aquí.</i>	- Cómics del bombero <i>Baldomero</i> : ficcionalizaciones de la lucha contra los elementos susceptibles de ocasionar riesgos vitales (el <i>Demonio del fuego</i> , <i>Doña Tormenta</i> , el <i>Gas Malévolo</i> , etc.), incluyendo consejos prácticos de cómo combatirlos. - Cómics de <i>Roderico, el médico</i> : ficcionalizaciones de la realización de maniobras salvadoras, tales como la RCP, y de la puesta en marcha del sistema de emergencias sanitario. - Cómics de <i>Lucía, la policía</i> y de <i>Percival, el nacional</i> : ficcionalización de actuaciones en escenarios tipo (accidentes de tráfico, atentados –lucha contra némesis–, etc.), educación vial (con resolución de casos y consejos prácticos incluidos). - Otros cómics derivados.				
	EXPERIENCIA <i>Qué podrán hacer los usuarios en esta plataforma</i>	<input checked="" type="checkbox"/> observación <input checked="" type="checkbox"/> exploración <input type="checkbox"/> producción <input type="checkbox"/> juego <input type="checkbox"/> role-playing <input checked="" type="checkbox"/> solitaria	<input type="checkbox"/> en equipo <input type="checkbox"/> en comunidad <input type="checkbox"/> en competencia <input type="checkbox"/> en colaboración <input type="checkbox"/> acciones públicas <input checked="" type="checkbox"/> acciones privadas	PERSONAJES INVOLUCRADOS	RECOMPENSAS <i>Cómo se valorará la participación de los usuarios.</i>	
	UGC <i>¿Incluye contenido generado por usuarios?</i>	<input type="checkbox"/> sí	<input checked="" type="checkbox"/> no	- <i>Bombero Baldomero</i> (bombero) - <i>Roderico, el médico</i> (sanitario) - <i>Lucía, la policía</i> (Guardia Civil) - <i>Percival, el nacional</i> (Policía Nacional) - Enemigos: <i>Demonio del fuego</i> ; <i>Doña Tormenta</i> ; <i>Gas Malévolo</i> ; <i>Repelente, el delincuente</i> ; etc.		
Contenido de elaboración propia, reflejado en la plantilla elaborada por Anahí Lovato (2018) a partir de experiencias transmedia desarrolladas por el equipo de la Dirección de Comunicación Multimедial de la Universidad Nacional de Rosario y la revisión de modelos propuestos por Gary P. Hayes (2012), Robert Pratten (2001 y 2015), Fernando Acuña y Alejandro Caloguerrea (2012), Carlos Scolari (2014) y Max Giovagnoli (2017).					11	


PLANTILLA PARA DISEÑO DE NARRATIVAS TRANSMEDIA		#DCM <small>team</small>	PRODUCCIONES TRANSMEDIA		
PLATAFORMAS	PLATAFORMA	Landing page (plataforma web y app móvil).			
	TIPO	analógica <input type="checkbox"/>	digital <input checked="" type="checkbox"/>	FUNCIONAMIENTO	online <input checked="" type="checkbox"/> offline <input type="checkbox"/>
	FUNCIÓN NARRATIVA	detonación / lanzamiento <input checked="" type="checkbox"/> descubrimiento <input checked="" type="checkbox"/> exploración <input checked="" type="checkbox"/> experimentación <input checked="" type="checkbox"/>			
	ELEMENTOS NARRATIVOS <i>Qué líneas narrativas se desarrollarán aquí.</i>	<ul style="list-style-type: none"> - Los elementos de todas las plataformas que participan en la transmedia tendrán enlace a la página web de <i>Divemergencias</i>. Parte de los contenidos se adaptará a dispositivos móviles. - Aval y presencia de elementos corporativos de las instituciones colaboradoras (logos, enlaces, etc.). - Enlaces al resto de elementos de la transmedia (infografías, videos, podcast, perfiles de redes sociales, juegos, concursos, etc.), calendario de actividades, resolución de problemas planteados en otras piezas, historia, contactos, testimonios, apartado de participación y foros, enlaces externos (noticias de emergencias o webs corporativas), etc. - Base para la medición de la participación de los usuarios y del impacto de cada pieza en las audiencias. 			
	EXPERIENCIA <i>Qué podrán hacer los usuarios en esta plataforma</i>	<input checked="" type="checkbox"/> observación <input checked="" type="checkbox"/> exploración <input checked="" type="checkbox"/> producción <input checked="" type="checkbox"/> juego <input type="checkbox"/> role-playing <input checked="" type="checkbox"/> solitaria	<input type="checkbox"/> en equipo <input checked="" type="checkbox"/> en comunidad <input type="checkbox"/> en competencia <input checked="" type="checkbox"/> en colaboración <input checked="" type="checkbox"/> acciones públicas <input checked="" type="checkbox"/> acciones privadas	PERSONAJES INVOLUCRADOS	RECOMPENSAS <i>Cómo se valorará la participación de los usuarios.</i>
	UGC <i>¿Incluye contenido generado por usuarios?</i>	<input checked="" type="checkbox"/> sí	<input type="checkbox"/> no	<ul style="list-style-type: none"> - Instituciones profesionales. - Productores y medios. - Usuarios. 	<ul style="list-style-type: none"> - Concursos y sorteos. - Recompensas en juegos según logros (experiencias, premios, becas, descuentos, etc.). - Enlace al resto de recursos. - Analítica web. - Actividad en perfiles de redes sociales y foros.
Contenido de elaboración propia, reflejado en la plantilla elaborada por Anahí Lovato (2018) a partir de experiencias transmedia desarrolladas por el equipo de la Dirección de Comunicación Multimedial de la Universidad Nacional de Rosario y la revisión de modelos propuestos por Gary P. Hayes (2012), Robert Pratten (2001 y 2015), Fernando Acuña y Alejandro Caloguerrea (2012), Carlos Scolari (2014) y Max Giovagnoli (2017).					12


PLANTILLA PARA DISEÑO DE NARRATIVAS TRANSMEDIA		#DCM <small>team</small>	PRODUCCIONES TRANSMEDIA		
PLATAFORMAS	PLATAFORMA	Scape rooms / Simulacros / Juegos / Concursos (distintos requisitos para el acceso en función de cada pieza).			
	TIPO	analógica <input checked="" type="checkbox"/>	digital <input checked="" type="checkbox"/>	FUNCIONAMIENTO	online <input checked="" type="checkbox"/> offline <input checked="" type="checkbox"/>
	FUNCIÓN NARRATIVA	detonación / lanzamiento <input type="checkbox"/> descubrimiento <input type="checkbox"/> exploración <input checked="" type="checkbox"/> experimentación <input checked="" type="checkbox"/>			
	ELEMENTOS NARRATIVOS <i>Qué líneas narrativas se desarrollarán aquí.</i>	<ul style="list-style-type: none"> - Escenarios reales y características (simulaciones de PCR, incendios, inundaciones, etc.). - <i>Call to action</i> (llamada a la acción) al usuario (individuo o equipo) en diferentes situaciones simuladas. - Actuación de profesionales, tras intervención del primer interviniente y como consecuencia de la misma. - Propuestas de acciones alternativas para la mejora de la actuación. 			
	EXPERIENCIA <i>Qué podrán hacer los usuarios en esta plataforma</i>	<input checked="" type="checkbox"/> observación <input checked="" type="checkbox"/> exploración <input type="checkbox"/> producción <input checked="" type="checkbox"/> juego <input checked="" type="checkbox"/> role-playing <input checked="" type="checkbox"/> solitaria	<input checked="" type="checkbox"/> en equipo <input checked="" type="checkbox"/> en comunidad <input checked="" type="checkbox"/> en competencia <input checked="" type="checkbox"/> en colaboración <input checked="" type="checkbox"/> acciones públicas <input type="checkbox"/> acciones privadas	PERSONAJES INVOLUCRADOS	RECOMPENSAS <i>Cómo se valorará la participación de los usuarios.</i>
	UGC <i>¿Incluye contenido generado por usuarios?</i>	<input type="checkbox"/> sí	<input checked="" type="checkbox"/> no	<ul style="list-style-type: none"> - Usuarios - Escenarios - Profesionales (evaluadores y correctores). 	<ul style="list-style-type: none"> - Asistencia (experiencia y juego). - Objetivos mediante <i>check-list</i> (evaluación del cumplimiento "qué hacer / qué no hacer"), en cada caso, en <i>scape-rooms</i> y concursos. - Premios, descuentos y logros publicados en la web. - Acceso a otros recursos en función de consecución de objetivos.
Contenido de elaboración propia, reflejado en la plantilla elaborada por Anahí Lovato (2018) a partir de experiencias transmedia desarrolladas por el equipo de la Dirección de Comunicación Multimedial de la Universidad Nacional de Rosario y la revisión de modelos propuestos por Gary P. Hayes (2012), Robert Pratten (2001 y 2015), Fernando Acuña y Alejandro Caloguerrea (2012), Carlos Scolari (2014) y Max Giovagnoli (2017).					13

PLANTILLA PARA DISEÑO DE NARRATIVAS TRANSMEDIA		#DCM	PRODUCCIONES TRANSMEDIA		
PLATAFORMAS	PLATAFORMA	Publicidad exterior (cartelería, folletos, mupis, <i>branded content</i> , etc.) con enlaces a página web (QR, URL y otros).			
	TIPO	analógica <input checked="" type="checkbox"/> digital <input type="checkbox"/>	FUNCIONAMIENTO	online <input type="checkbox"/> offline <input checked="" type="checkbox"/>	
	FUNCIÓN NARRATIVA	detonación / lanzamiento <input checked="" type="checkbox"/> descubrimiento <input checked="" type="checkbox"/> exploración <input type="checkbox"/> experimentación <input checked="" type="checkbox"/>			
	ELEMENTOS NARRATIVOS <i>Qué líneas narrativas se desarrollarán aquí.</i>	<ul style="list-style-type: none"> - Promoción del universo transmedia (enlaces a otras piezas, a promociones, a concursos, etc.). - Muestra del aval de los servicios profesionales implicados en la resolución de la emergencia extrahospitalaria (lemas como "¿te ayudo?", isotipos, logotipos, imagotipos, isologos propios y de instituciones colaboradoras, etc.). - Lemas de empoderamiento del primer interviniente potencial no profesional ("sin ti, no actuamos", "tú salvas", etc.). - Muestras de herramientas y elementos de utilidad pública (desfibriladores, extintores, mobiliario urbano de utilidad en emergencias, etc.) y señales de su ubicación, así como campañas de concienciación regulares. - Exposiciones en días señalados (por ejemplo, el día mundial de la Urgencia y la Emergencia -27 de mayo-, etc.). 			
	EXPERIENCIA <i>Qué podrán hacer los usuarios en esta plataforma</i>	<input checked="" type="checkbox"/> observación <input checked="" type="checkbox"/> exploración <input type="checkbox"/> producción <input type="checkbox"/> juego <input checked="" type="checkbox"/> role-playing <input type="checkbox"/> solitaria	<input type="checkbox"/> en equipo <input checked="" type="checkbox"/> en comunidad <input type="checkbox"/> en competencia <input type="checkbox"/> en colaboración <input checked="" type="checkbox"/> acciones públicas <input type="checkbox"/> acciones privadas	PERSONAJES INVOLUCRADOS	RECOMPENSAS <i>Cómo se valorará la participación de los usuarios.</i>
	UGC <i>¿Incluye contenido generado por usuarios?</i>	<input type="checkbox"/> sí <input checked="" type="checkbox"/> no	<ul style="list-style-type: none"> - Población general. - Instituciones profesionales. - Diversas entidades (Universidad, Administración Pública, otros <i>stakeholders</i>,...). - Personajes de ficción (ver otras plataformas). <ul style="list-style-type: none"> - Aprendizaje. - Experiencias de ocio. - Afluencia y tráfico al resto de componentes. - Participación en sorteos / concursos. - Acceso a otros recursos de la transmedia, descuentos de patrocinadores, etc. 		
Contenido de elaboración propia, reflejado en la plantilla elaborada por Anahí Lovato (2018) a partir de experiencias transmedia desarrolladas por el equipo de la Dirección de Comunicación Multimedial de la Universidad Nacional de Rosario y la revisión de modelos propuestos por Gary P. Hayes (2012), Robert Pratten (2001 y 2015), Fernando Acuña y Alejandro Caloguerrea (2012), Carlos Scolari (2014) y Max Giovagnoli (2017).					14

PLANTILLA PARA DISEÑO DE NARRATIVAS TRANSMEDIA		#DCM	PRODUCCIONES TRANSMEDIA		
PLATAFORMAS	PLATAFORMA	Podcast.			
	TIPO	analógica <input type="checkbox"/> digital <input checked="" type="checkbox"/>	FUNCIONAMIENTO	online <input checked="" type="checkbox"/> offline <input type="checkbox"/>	
	FUNCIÓN NARRATIVA	detonación / lanzamiento <input type="checkbox"/> descubrimiento <input checked="" type="checkbox"/> exploración <input checked="" type="checkbox"/> experimentación <input checked="" type="checkbox"/>			
	ELEMENTOS NARRATIVOS <i>Qué líneas narrativas se desarrollarán aquí.</i>	<ul style="list-style-type: none"> - Ficción radiofónica de sucesos en diferentes escenarios (ver propuesta de proyecto en Tabla 4). - Entrevista con profesional implicado en la resolución de escenarios tipo y reflexión sobre el caso. - Testimonios de víctimas. - Breve ficción con final alternativo del mismo caso. - Conclusiones y reto a la audiencia, a resolver mediante participación en página web de la transmedia. 			
	EXPERIENCIA <i>Qué podrán hacer los usuarios en esta plataforma</i>	<input checked="" type="checkbox"/> observación <input checked="" type="checkbox"/> exploración <input checked="" type="checkbox"/> producción <input type="checkbox"/> juego <input type="checkbox"/> role-playing <input checked="" type="checkbox"/> solitaria	<input type="checkbox"/> en equipo <input checked="" type="checkbox"/> en comunidad <input type="checkbox"/> en competencia <input type="checkbox"/> en colaboración <input checked="" type="checkbox"/> acciones públicas <input checked="" type="checkbox"/> acciones privadas	PERSONAJES INVOLUCRADOS	RECOMPENSAS <i>Cómo se valorará la participación de los usuarios.</i>
	UGC <i>¿Incluye contenido generado por usuarios?</i>	<input checked="" type="checkbox"/> sí <input type="checkbox"/> no	<ul style="list-style-type: none"> - Población general. - Diferentes profesionales de la emergencia (según el episodio) - Periodistas y profesionales de la comunicación. - Personajes de ficción (ver otras plataformas). <ul style="list-style-type: none"> - Exposición de testimonios concretos, interacción con profesionales y propuestas de nuevos escenarios. - Premios a la participación en resolución de retos en página web. - Acceso a otros recursos de la transmedia, <i>merchandising</i>, descuentos de patrocinadores, etc. 		
Contenido de elaboración propia, reflejado en la plantilla elaborada por Anahí Lovato (2018) a partir de experiencias transmedia desarrolladas por el equipo de la Dirección de Comunicación Multimedial de la Universidad Nacional de Rosario y la revisión de modelos propuestos por Gary P. Hayes (2012), Robert Pratten (2001 y 2015), Fernando Acuña y Alejandro Caloguerrea (2012), Carlos Scolari (2014) y Max Giovagnoli (2017).					15

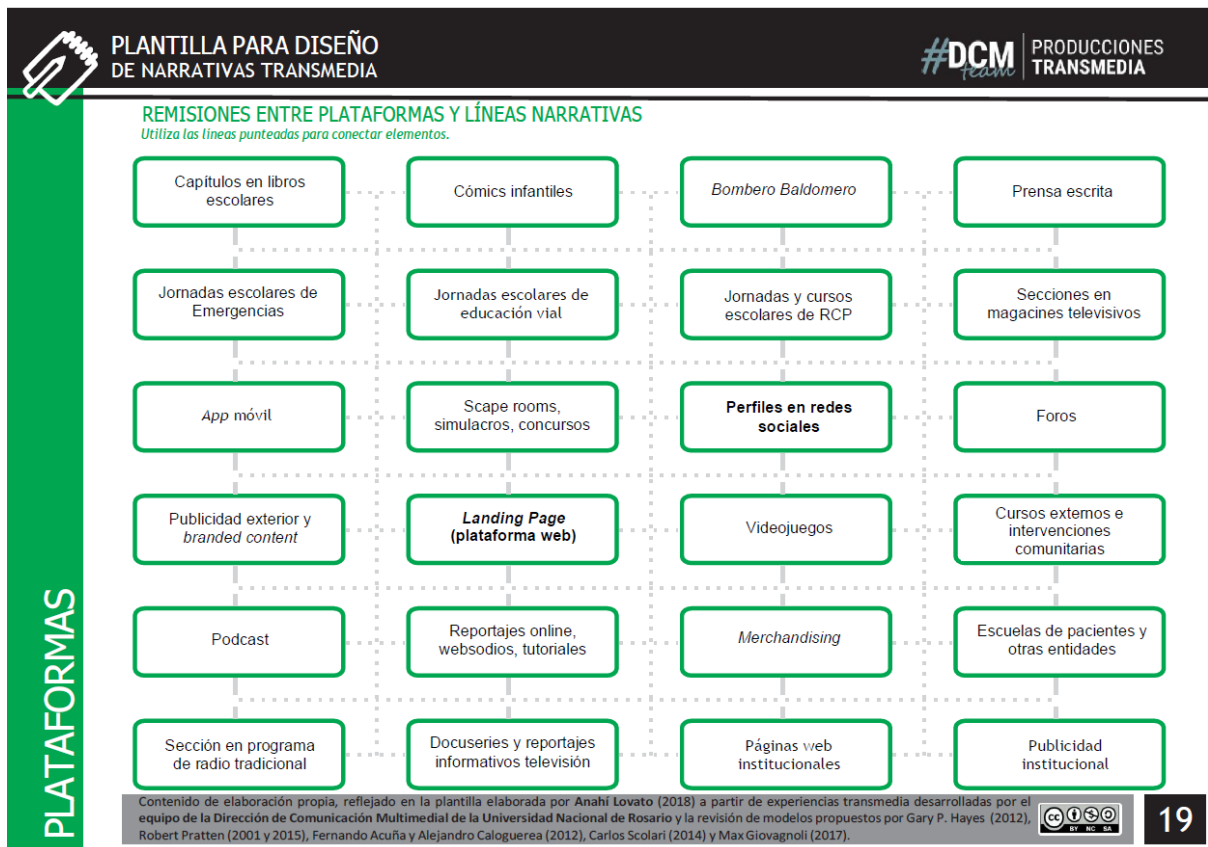
PLANTILLA PARA DISEÑO DE NARRATIVAS TRANSMEDIA		#DCM <small>Redes</small>	PRODUCCIONES TRANSMEDIA			
PLATAFORMAS	PLATAFORMA	Redes sociales (diferentes perfiles, en diferentes redes).				
	TIPO	analógica <input type="checkbox"/>	digital <input checked="" type="checkbox"/>	FUNCIONAMIENTO	online <input checked="" type="checkbox"/>	offline <input type="checkbox"/>
	FUNCIÓN NARRATIVA	detonación / lanzamiento <input type="checkbox"/> descubrimiento <input checked="" type="checkbox"/> exploración <input checked="" type="checkbox"/> experimentación <input type="checkbox"/>				
	ELEMENTOS NARRATIVOS <i>Qué líneas narrativas se desarrollarán aquí.</i>	<ul style="list-style-type: none"> - Perfiles de los personajes de ficción de la transmedia: aportan observaciones, comentarios y pistas para la resolución de los retos y concursos propuestos en otras plataformas (especialmente dirigidos a los escolares). - Según las características de cada uno de los personajes descritos y sus competencias, facilitarán declaraciones breves (Twitter), documentación gráfica (Instagram), respuestas en foros de dudas (Facebook), videos cortos (TikTok), tutoriales y videos largos (YouTube), emisión de jornadas (Twitch), etc. - Interacción con los personajes: reacciones a sus publicaciones o diálogo con ellos en campañas o concursos. - Interacción entre ellos y los perfiles de sus instituciones, proporcionando valiosa información para resolución de retos, etc. 				
	EXPERIENCIA <i>Qué podrán hacer los usuarios en esta plataforma</i>	<input checked="" type="checkbox"/> observación <input type="checkbox"/> exploración <input checked="" type="checkbox"/> producción <input type="checkbox"/> juego <input type="checkbox"/> role-playing <input checked="" type="checkbox"/> solitaria	<input checked="" type="checkbox"/> en equipo <input checked="" type="checkbox"/> en comunidad <input type="checkbox"/> en competencia <input checked="" type="checkbox"/> en colaboración <input checked="" type="checkbox"/> acciones públicas <input type="checkbox"/> acciones privadas	PERSONAJES INVOLUCRADOS	RECOMPENSAS <i>Cómo se valorará la participación de los usuarios.</i>	
	UGC <i>¿Incluye contenido generado por usuarios?</i>	<input checked="" type="checkbox"/> sí	<input type="checkbox"/> no	<ul style="list-style-type: none"> - Ficcionalización de profesionales (<i>Bombero Baldomero; Roderico, el médico; Lucía, la policía; Percival, el nacional...</i>) y sus enemigos (<i>Demonio del fuego; Doña Tormenta; Gas Malévolo; Repelente, el delincuente, etc.</i>). - Audiencia. - CMS y perfiles de las diferentes instituciones de emergencias. 	<ul style="list-style-type: none"> - Análisis de audiencias mediante métricas (visitas, páginas vistas, número de páginas por visita, páginas únicas, visitantes únicos, promedio de tiempo, tasa de rebote, segmentación de datos, tráfico directo por palabra clave, tasa de salida, páginas de destino, fuentes de tráfico, etc.). - Participación en perfiles de redes sociales (seguidores, reacciones, etc.). - Interacción con audiencia. 	
Contenido de elaboración propia, reflejado en la plantilla elaborada por Anahí Lovato (2018) a partir de experiencias transmedia desarrolladas por el equipo de la Dirección de Comunicación Multimedial de la Universidad Nacional de Rosario y la revisión de modelos propuestos por Gary P. Hayes (2012), Robert Pratten (2001 y 2015), Fernando Acuña y Alejandro Caloguerrea (2012), Carlos Scolari (2014) y Max Giovagnoli (2017).					16	

PLANTILLA PARA DISEÑO DE NARRATIVAS TRANSMEDIA		#DCM <small>Redes</small>	PRODUCCIONES TRANSMEDIA			
PLATAFORMAS	PLATAFORMA	Docuserie y reportajes informativos.				
	TIPO	analógica <input type="checkbox"/>	digital <input checked="" type="checkbox"/>	FUNCIONAMIENTO	online <input checked="" type="checkbox"/>	offline <input checked="" type="checkbox"/>
	FUNCIÓN NARRATIVA	detonación / lanzamiento <input type="checkbox"/> descubrimiento <input checked="" type="checkbox"/> exploración <input checked="" type="checkbox"/> experimentación <input checked="" type="checkbox"/>				
	ELEMENTOS NARRATIVOS <i>Qué líneas narrativas se desarrollarán aquí.</i>	<ul style="list-style-type: none"> -Ficcionalización de emergencias prevalentes y de otras que los prosumidores demanden en las plataformas anteriormente descritas. -Datos estadísticos de los diferentes tipos de emergencias. -Señalización de los principales riesgos en cada escenario (biológicos, mecánicos, químicos, etc.). -Entrevistas a profesionales de la emergencia y resolución de casos paradigmáticos. -Contenidos dedicados a la población menos versada en nuevas tecnologías y consumidora de medios tradicionales (prensa, radio y televisión). 				
	EXPERIENCIA <i>Qué podrán hacer los usuarios en esta plataforma</i>	<input checked="" type="checkbox"/> observación <input checked="" type="checkbox"/> exploración <input type="checkbox"/> producción <input type="checkbox"/> juego <input type="checkbox"/> role-playing <input checked="" type="checkbox"/> solitaria	<input type="checkbox"/> en equipo <input checked="" type="checkbox"/> en comunidad <input type="checkbox"/> en competencia <input type="checkbox"/> en colaboración <input checked="" type="checkbox"/> acciones públicas <input checked="" type="checkbox"/> acciones privadas	PERSONAJES INVOLUCRADOS	RECOMPENSAS <i>Cómo se valorará la participación de los usuarios.</i>	
	UGC <i>¿Incluye contenido generado por usuarios?</i>	<input type="checkbox"/> sí	<input checked="" type="checkbox"/> no	<ul style="list-style-type: none"> - Población general. - Diferentes profesionales de la emergencia (según el episodio) - Periodistas y profesionales de la comunicación. - Personajes de ficción (ver otras plataformas). 	<ul style="list-style-type: none"> - Información, formación y entretenimiento. - Exposición de testimonios. - Acceso a otros recursos de la transmedia mediante QR en pantalla. 	
Contenido de elaboración propia, reflejado en la plantilla elaborada por Anahí Lovato (2018) a partir de experiencias transmedia desarrolladas por el equipo de la Dirección de Comunicación Multimedial de la Universidad Nacional de Rosario y la revisión de modelos propuestos por Gary P. Hayes (2012), Robert Pratten (2001 y 2015), Fernando Acuña y Alejandro Caloguerrea (2012), Carlos Scolari (2014) y Max Giovagnoli (2017).					17	

PLANTILLA PARA DISEÑO DE NARRATIVAS TRANSMEDIA		#DCM <small>Team</small>	PRODUCCIONES TRANSMEDIA		
PLATAFORMAS	PLATAFORMA	Otros audiovisuales multiplataforma (reportajes, <i>websodios</i> y series, tutoriales <i>online</i> y videojuegos) alojados en web.			
	TIPO	analógica <input checked="" type="checkbox"/>	digital <input checked="" type="checkbox"/>	FUNCIONAMIENTO	online <input checked="" type="checkbox"/> offline <input checked="" type="checkbox"/>
	FUNCIÓN NARRATIVA	detonación / lanzamiento <input checked="" type="checkbox"/> descubrimiento <input checked="" type="checkbox"/> exploración <input checked="" type="checkbox"/> experimentación <input checked="" type="checkbox"/>			
	ELEMENTOS NARRATIVOS <i>Qué líneas narrativas se desarrollarán aquí.</i>	<ul style="list-style-type: none"> - Reportajes: casuística y ejemplos concretos, recursos profesionales, importancia de primeros intervinientes (testimonios, historias personales y preguntas de audiencia), consejos prácticos. - <i>Websodios</i> y series: ficciones temáticas de diferentes escenarios y resolución a cargo de primeros intervinientes y profesionales. Ficciones adaptadas a la edad con personajes expuestos anteriormente en series de dibujos animados. - Tutoriales online: píldoras informativas sobre aspectos concretos de los diferentes tipos de emergencias. - Videojuegos: juegos tipo trivial, aventuras gráficas y juegos de rol sencillos (desarrollan qué hacer y qué no hacer en diferentes escenarios). 			
	EXPERIENCIA <i>Qué podrán hacer los usuarios en esta plataforma</i>	<input checked="" type="checkbox"/> observación <input checked="" type="checkbox"/> exploración <input type="checkbox"/> producción <input checked="" type="checkbox"/> juego <input checked="" type="checkbox"/> role-playing <input checked="" type="checkbox"/> solitaria	<input type="checkbox"/> en equipo <input type="checkbox"/> en comunidad <input checked="" type="checkbox"/> en competencia <input type="checkbox"/> en colaboración <input type="checkbox"/> acciones públicas <input checked="" type="checkbox"/> acciones privadas	PERSONAJES INVOLUCRADOS	RECOMPENSAS <i>Cómo se valorará la participación de los usuarios.</i>
	UGC <i>¿Incluye contenido generado por usuarios?</i>	<input type="checkbox"/> sí	<input checked="" type="checkbox"/> no	<ul style="list-style-type: none"> - Audiencia - Personajes de ficción (ver plataformas anteriores). - Profesionales de la emergencia. 	<ul style="list-style-type: none"> - Premios por logros en juegos / videojuegos (descuentos, becas, experiencias, libros, desbloqueo de contenido "Premium" de la transmedia, etc.). - Ocio y aprendizaje. - Opción de participar en redes sociales como colaborador reconocido.
	Contenido de elaboración propia, reflejado en la plantilla elaborada por Anahí Lovato (2018) a partir de experiencias transmedia desarrolladas por el equipo de la Dirección de Comunicación Multimedial de la Universidad Nacional de Rosario y la revisión de modelos propuestos por Gary P. Hayes (2012), Robert Pratten (2001 y 2015), Fernando Acuña y Alejandro Calogueres (2012), Carlos Scolari (2014) y Max Giovagnoli (2017).				


Algunas de las piezas anteriores, pensadas para determinadas plataformas, podrían ser adaptadas o dar lugar a otros formatos para medios tradicionales y analógicos (a modo de ejemplo, incluyo en el Anexo H un esquema del proyecto de un programa radiofónico, de elaboración propia, relacionado con la temática propuesta: la incorporación de elementos destinados a interactuar con la audiencia –concursos, juegos, etc.– podría convertir a dicho programa en una pieza importante de la transmedia propuesta).

La siguiente plantilla indica un esquema global de las remisiones y conexiones entre las diferentes plataformas y líneas narrativas expuestas anteriormente, considerando el funcionamiento narrativo de cada una, en pos de un flujo armónico de contenidos: las tramas se expanden desde piezas analógicas (jornadas educativas, medios tradicionales, etc.) y confluyen en piezas digitales y plataformas online (página web, perfiles de redes sociales, etc.), con el fin de centralizar el universo en plataformas que permiten medir con precisión el impacto en la audiencia y las interacciones con ella. Además, desde este “centro neurálgico” es posible organizar y coordinar las acciones “periféricas” de la transmedia.




Seguidamente, desarrollo las plantillas relativas a la ejecución del proyecto transmedia, que cierran el ciclo del diseño del proyecto. Este apartado es solo una aproximación a la realización práctica del mismo, que estaría supeditada a la obtención de recursos orientados a ese fin. En el apartado de financiación se reflejan algunas convocatorias de ayuda, por parte del Gobierno de España (Ministerio de Ciencia, Innovación y Universidades, 2024), a la promoción de este tipo de iniciativas. Estas últimas plantillas responden, además, al último de los objetivos planteados al inicio del presente TFG.

De las respuestas a las entrevistas realizadas a los representantes de instituciones profesionales de emergencias extrahospitalarias y a profesionales de la comunicación en La Rioja (ver tablas 2 y 3), se extrae su compromiso de cooperación con el presente proyecto, en el ámbito de las competencias de sus entidades: algunos de quienes se han brindado como colaboradores externos (ver anexos C y E) no quedan explicitados en dichas plantillas, si bien el autor del proyecto cuenta con ellos y con otros colaboradores, necesarios para la producción de la transmedia (informáticos, productores, profesionales de *marketing*, etc.).




PLANTILLA PARA DISEÑO DE NARRATIVAS TRANSMEDIA




EJECUCION


PLATAFORMAS Y SERVICIOS WEB	¿EXISTE O DEBE SER CREADO/A?	ACCESO Y DISTRIBUCIÓN <i>Gratuito, pago, freemium, libre, por suscripción, otros.</i>	FINANCIAMIENTO <i>Fondos, programas, líneas, créditos, product placement, publicidad, auspicios, crowdfunding, preventa, donación, mecenazgo, otras.</i>
Jornadas educativas en colegios y otros centros	Existe	Gratuito	Financiación por parte del Gobierno de la Rioja (Gobierno de La Rioja 2017, 2018, 2023, 2024)
Páginas web institucionales y publicidad institucional	Existe	Gratuito	Financiación con Presupuestos Generales del Estado y Presupuestos Autonómicos
Podcast	Debe ser creado	Mixto (gratuito y pago /por suscripción)	Publicidad, fondos y ayudas públicas (Ministerio de Cultura, 2024), otros
Videojuegos	Existen (y se pueden crear nuevos)	<i>Freemium</i>	Fondos y ayudas públicas (Ministerio de Cultura, 2024), otros
Landing page (página web, mapa web, recursos, etc.)	Debe ser creada	Gratuito, con componentes por suscripción	Fondos y ayudas públicas (Ministerio de Cultura, 2024), otros
Tutoriales y reportajes informativos	Existe (y se pueden adaptar a nuevos contenidos)	Gratuitos	Publicidad, patrocinios y fondos y ayudas públicas (Ministerio de Cultura, 2024), otros
Perfiles en redes sociales	Deben ser creados	Gratuito	-
App móvil.	Debe ser creada	Gratuito	Fondos y ayudas públicas (Ministerio de Cultura, 2024)
Foros.	Deben ser creados	Gratuito	-
Cartelería, folletos, mupis y resto de publicidad exterior.	Debe ser creada (también con contenido existente)	Gratuito	Fondos, ayudas públicas, <i>product placement</i> , publicidad, mecenazgo, otros
Capítulos en libros escolares	Deben ser creados (con contenido existente)	Pago	Fondos, ayudas, programas educativos
Cómics infantiles	Deben ser creados	Pago	Fondos, ayudas, créditos
Scape rooms y simulacros	Deben ser creados	Gratuito	Ligado a jornadas educativas
Merchandising	Existe (y se puede crear nuevo)	Pago	Publicidad, mecenazgo, líneas de crédito y <i>crowdfunding</i>
Juegos y concursos	Deben ser creados	Gratuito	Similar a jornadas y a <i>landing page</i>
Series, docuseries y websodios	Deben ser creados	<i>Freemium</i>	Fondos, ayudas públicas, <i>product placement</i> , publicidad, mecenazgo, otros

Contenido de elaboración propia, reflejado en la plantilla elaborada por Anahí Lovato (2018) a partir de experiencias transmedia desarrolladas por el equipo de la Dirección de Comunicación Multimedial de la Universidad Nacional de Rosario y la revisión de modelos propuestos por Gary P. Hayes (2012), Robert Pratten (2001 y 2015), Fernando Acuña y Alejandro Caloguerrea (2012), Carlos Scolari (2014) y Max Giovagnoli (2017).


20



PLANTILLA PARA DISEÑO DE NARRATIVAS TRANSMEDIA



EJECUCION


EQUIPO TÉCNICO

PROFESIONAL	ROL	CONOCIMIENTOS Y HABILIDADES
Samuel García Moreno	Médico asistencial, coordinador de emergencias, profesional de la Comunicación y director del proyecto	Medicina de emergencias. Conocimiento asistencial en emergencias, con experiencia en diferentes comunidades autónomas. Grado en Comunicación por la UNIR. Relaciones interdisciplinarias y coordinación del proyecto.
Alfonso Fernández Martínez	Sargento de formación de bomberos CEIS Rioja	Experto en Gestión Operativa y Mando de bomberos, con 20 años de experiencia en asistencia y docencia en emergencias extrahospitalarias. Asesor técnico de bomberos. Enlace a profesionales de otras Fuerzas y Cuerpos de Seguridad del Estado (FCSE) en La Rioja.
Francisco Corvo Lavado	Policía Nacional (PN)	Personal operativo de la Unidad de Prevención y Reacción (UPR) y medios aéreos de la PN. Experiencia en emergencias extrahospitalarias relacionadas con atentados y delincuencia. Enlace a profesionales de otras FCSE en La Rioja.
Mercedes Galilea Martínez de Pinillos	Guardia Civil (GC)	Personal operativo del Centro Operativo Complejo de la GC de La Rioja. Experiencia en la gestión policial de emergencias extrahospitalarias y enlace a otros profesionales de las FCSE de La Rioja.
José María Marcolain Samaniego	Profesional del Centro Coordinador de Urgencias en SOS Rioja. Fundador de <i>Capacitantes</i>	Amplios conocimientos del ámbito empresarial, en coordinación de emergencias, en proyectos formativos y en el desarrollo de videojuegos y competiciones relacionadas. Enlace a profesionales de la Comunicación.

COLABORADORES EXTERNOS

PROFESIONAL	ROL	CONOCIMIENTOS Y HABILIDADES
Fernando Martínez Valvey	Coordinador de Grado en Comunicación de la UNIR	Enlace a profesionales y recursos en el ámbito de la Comunicación y el entorno universitario. Amplia experiencia en redacción en medios. Asesoramiento académico.
José Ignacio Ruiz Azpiazu	Coordinador 061 La Rioja	Coordinación de emergencias sanitarias. Asesoramiento sobre entorno asistencial y organización de servicios profesionales de emergencias.
Javier Fernández Bengoa	Periodista del centro territorial RTVE de La Rioja	Conocimiento en el ámbito de la Comunicación y la Producción Audiovisual. Redacción de contenidos en medios de comunicación de La Rioja. Enlace a profesionales del ámbito periodístico.
Fabiola Lastra Picazo	Abogada	Asesoramiento jurídico.
Otros	Productores, realizadores, profesionales de <i>marketing</i> y otros colaboradores (incluidos en anexos C y E del presente TFG, además otros, no citados, de diferentes ámbitos).	


Contenido de elaboración propia, reflejado en la plantilla elaborada por Anahí Lovato (2018) a partir de experiencias transmedia desarrolladas por el equipo de la Dirección de Comunicación Multimedial de la Universidad Nacional de Rosario y la revisión de modelos propuestos por Gary P. Hayes (2012), Robert Pratten (2001 y 2015), Fernando Acuña y Alejandro Caloguerrea (2012), Carlos Scolari (2014) y Max Giovagnoli (2017).


21

En relación a los cronogramas de producción y de lanzamiento de piezas, reseñados en las dos siguientes plantillas, cabe señalar la necesidad de una flexibilidad que se justifica por la necesidad de obtención de fondos para su producción y lanzamiento. Los colaboradores, señalados en la anterior y la siguiente plantilla, se han brindado a colaborar en la producción, pero se necesitarán otros colaboradores adicionales (no recogidos en la plantilla para este TFG).

La existencia de diferentes piezas, de utilidad para la presente transmedia, puede facilitar la tarea con una premisa básica: todas ellas se verán, en conjunto, reforzadas entre sí de forma coherente. El contacto del autor del presente TFG con las diferentes entidades y profesionales juega, en este punto, un papel clave: se trata de coordinar acciones, favorecer flujos armónicos de contenidos de divulgación que imparten diferentes instituciones y crear productos derivados, facilitando la interacción con la audiencia y la permanencia de todas las instituciones con las que se cuenta en el proyecto.

El cronograma de lanzamiento de piezas refleja una situación ideal, teniendo en cuenta la conexión entre las piezas de la transmedia y la variación del consumo de diferentes medios por parte de las audiencias a lo largo del año. Se considera el primer mes como el mes de enero. El lanzamiento de la cartelería y la promoción de la transmedia en medios externos debería ser anterior a la impartición de las jornadas educativas, que podrían impartirse semestralmente (alternando entre jornadas dedicadas a diferentes aspectos de la emergencia –sanitarios, educación vial, impartidos por bomberos, etc.-). La página web debe estar operativa desde el principio, al igual que la *app* móvil y los foros contenidos en ella (que nos servirán para testar la interacción con la audiencia). Los perfiles en redes sociales deben ser actualizados periódicamente (una periodicidad bimensual es razonable y factible). Los concursos (simulacros, *scape rooms*, etc.) deben tener relación temporal con las jornadas y producirse tras ellas. El lanzamiento de diferentes capítulos del *podcast* tiene sentido si se coordina con las jornadas educativas. Los videojuegos deben ser lanzados en épocas del año en las que sea posible el ocio. Los capítulos en libros educativos deben lanzarse antes de la publicación y comercialización de dichos libros. Es razonable publicar también el impacto de la transmedia en la página web, actualizando los datos semestralmente. El resumen gráfico de todo ello queda reflejado en las siguientes plantillas.



PLANTILLA PARA DISEÑO DE NARRATIVAS TRANSMEDIA

#DCM PRODUCCIONES TRANSMEDIA


EJECUCION

CRONOGRAMA DE PRODUCCIÓN

PLATAFORMA	TAREA	RESPONSABLE	INICIO	FINALIZACIÓN
Jornadas.	Impartir presencialmente.	Cada colaborador, en el ámbito de su competencia.	Primer trimestre del año	Último trimestre del año
Cartelería y medios externos.	Diseño de folletos, mupis, <i>branded content</i> y <i>product placement</i> .	José María Marcolain Samaniego (en coordinación con diseñadores, profesionales de <i>marketing</i> y otros).	Septiembre (inicio curso escolar)	Diciembre
Página web, app móvil, perfiles en redes sociales y foros.	Diseño de página web (mapa, contenidos, enlaces,...) y actualizaciones. Creación de personajes de ficción y sus perfiles en redes. Incorporación de foro en la web y respuestas a intervenciones. Investigación de audiencias y publicación del impacto de cada pieza.	Samuel García Moreno y resto del equipo (cada uno, en el ámbito de sus competencias), en coordinación con informáticos.	Junio	Septiembre
Concursos y videojuegos.	Creación de escenarios y gamificación. Proposición de premios y recompensas.	José María Marcolain Samaniego (coordinación con programadores, informáticos y otros).	Marzo	Antes de junio. Actualizaciones antes de diciembre.
Podcast.	Elaboración de escenarios y casos para ficciones radiofónicas. Preparación de entrevistas para cada programa.	Samuel García Moreno (en coordinación con profesionales de radio y resto de equipo). Casos propuestos entre todo el equipo (cada miembro en su competencia).	Primer, tercer y quinto trimestres del año	Antes de segundo, cuarto y sexto trimestres del año
Piezas derivadas de lo anterior (capítulos de libros, cómics, websodios, publicación de impacto, etc.).	Creación de historias adaptadas a cada medio a partir de todo lo anterior.	Samuel García Moreno y coordina la realización con colaboradores, dibujantes, redactores y productores audiovisuales.	Enero	Antes de junio
<i>Merchandising</i> .	Creación de material para publicidad, premios y promociones.	Cada colaborador, en el ámbito de su competencia.	Todo el año	Antes de cada jornada y acción promocional

22

Contenido de elaboración propia, reflejado en la plantilla elaborada por Anahí Lovato (2018) a partir de experiencias transmedia desarrolladas por el equipo de la Dirección de Comunicación Multimedial de la Universidad Nacional de Rosario y la revisión de modelos propuestos por Gary P. Hayes (2012), Robert Pratten (2001 y 2015), Fernando Acuña y Alejandro Caloguerza (2012), Carlos Scolari (2014) y Max Giovagnoli (2017).



PLANTILLA PARA DISEÑO DE NARRATIVAS TRANSMEDIA

#DCM PRODUCCIONES TRANSMEDIA

EJECUCION

CRONOGRAMA DE LANZAMIENTO DE PIEZAS

	1º mes	2º mes	3º mes	4º mes	5º mes	6º mes	7º mes	8º mes	9º mes	10º mes	11º mes	12º mes	13º mes	14º mes	15º mes	16º mes	17º mes	
Jornadas educativas																		
Cartelería y medios ext.																		
Página web																		
App móvil																		
Perfiles en redes sociales																		
Foros																		
Merchandising																		
Concursos (scape rooms, simulacros, etc.)																		
Podcast																		
Sección radiofónica																		
Docuserie																		
Websodios y tutoriales																		
Cómics infantiles																		
Videojuegos																		
Capítulo en libros educativos																		
Reportajes informativos																		
Publicación de impacto en las diferentes plataformas																		

23

Contenido de elaboración propia, reflejado en la plantilla elaborada por Anahí Lovato (2018) a partir de experiencias transmedia desarrolladas por el equipo de la Dirección de Comunicación Multimedial de la Universidad Nacional de Rosario y la revisión de modelos propuestos por Gary P. Hayes (2012), Robert Pratten (2001 y 2015), Fernando Acuña y Alejandro Caloguerza (2012), Carlos Scolari (2014) y Max Giovagnoli (2017).

6. Limitaciones y prospectiva

La realización del proyecto presentado requiere un capital técnico, económico y profesional elevado. Es evidente la disposición favorable de los representantes de las instituciones profesionales de la emergencia en La Rioja, de los profesionales de los medios de comunicación y de otras instituciones académicas, a tenor de la colaboración mostrada con el autor del presente TFG. Ello, unido a la inexistencia de proyectos multidisciplinarios similares previos, invita a adoptar una estrategia de aprovechamiento de los escasos recursos existentes, bien arraigados en la sociedad riojana, como punto de partida.

Los proyectos ya implementados, susceptibles de formar parte de la transmedia propuesta y que pueden beneficiarse de la misma, constituyen una importante ventaja prospectiva: se abre la posibilidad de enlazar entre sí dichas actividades, avaladas por las instituciones pertinentes y dirigidas a la formación de los primeros intervinientes potenciales no profesionales en la emergencia extrahospitalaria. Esto permitirá su refuerzo mutuo, la medición de su impacto y la sinergia entre intervenciones; además, todo ello permitirá crear y enlazar nuevas piezas derivadas: el éxito dependerá de la viabilidad de las relaciones interprofesionales, de la colaboración interdisciplinar y de la obtención de beneficios mutuos (medibles a través de la medida conjunta del impacto de cada pieza en las audiencias y de los indicadores de calidad asistencial, que sería necesario definir. La definición de todo ello forma parte de la prospectiva de este proyecto).

Para todo lo anterior, es crucial la existencia de profesionales “puente”, que conozcan el lenguaje técnico y el funcionamiento, tanto de la emergencia como de los medios de comunicación. Amén del autor del presente TFG, se tiene constancia de la disponibilidad de otros profesionales que reúnen dichas características, y que se han brindado a colaborar en el proyecto.

El desarrollo técnico de la transmedia implica un nivel importante de sofisticación tecnológica, que difícilmente puede conseguirse sin los apoyos sociales y políticos suficientes. La preproducción, producción y postproducción de las piezas reseñadas plantearán, con total seguridad, nuevos desafíos y problemas, que requerirán la colaboración multidisciplinar (no solo por parte de profesionales del ámbito de la emergencia y del mundo de la Comunicación: probablemente será necesario contar con profesionales del ámbito de la enseñanza y de otros ámbitos). A propósito de ello, y durante

el trabajo de campo realizado para el presente TFG, el autor ha tenido la oportunidad de tejer una amplia red de contactos y potenciales colaboradores, algunos de ellos con gran experiencia en la elaboración de contenidos institucionales a la población general (por ejemplo, webmasters, periodistas y coordinadores de proyectos tales como la Escuela de Salud de La Rioja), que se han brindado a impulsar, en la práctica, el proyecto que presento.

Los avances en la disciplina de la narrativa transmedia de no ficción aplicada a la divulgación científica y a la enseñanza han sido, hasta la fecha, más teóricos que prácticos; la experiencia y sus logros han sido más incidentales que sistemáticos o generales: lo que conocemos sobre la transmedia en la actualidad está más basado en el apriorismo que en la evidencia. Con el presente TFG se aportan herramientas para minimizar ese apriorismo, mediante la colaboración multidisciplinar con profesionales de instituciones implicadas en la resolución de situaciones tan complejas como las emergencias extrahospitalarias.

Se cuenta con una importante red de *stakeholders*, pero se precisa autorización para utilización de imagen corporativa, logotipos, isotipos, isologos e imagotipos de las instituciones implicadas, todo lo cual requiere de intervenciones administrativas que exceden los objetivos propios del TFG, y que necesitan asesoramiento externo (especialmente jurídico, como ya adelanté previamente).

En todo caso, el propósito final del proyecto (mejorar la calidad de la asistencia y el pronóstico de las emergencias extrahospitalarias, formando correctamente a la población general mediante la poderosa herramienta de la transmedia), junto al propio bagaje profesional y las colaboraciones encontradas, alimentan el empeño del autor en impulsar la realización efectiva del mismo.

Referencias bibliográficas

- 112 de Cantabria. (s.f.). *112 Cantabria Atención a emergencias | Policía Cantabria | Bomberos Santander | Sanitarios en Cantabria*. <https://112.cantabria.es/>
- 112 de Castilla la Mancha. (s.f.). *Participación Ciudadana*. <https://112.castillalamancha.es/112/participacion-ciudadana>
- 112 de la Región de Murcia. (s.f.). *Emergencias Región de Murcia*. <https://www.112rmurcia.es/>
- AIMC. (2024). *Estudio General de Medios. Primera oleada de 2024*. <https://egm2.aimc.es/#/login>
- Biggs, J. (1996). Enhancing Teaching through Constructive Alignment. *Higher Education*, 32(3), 347-364.
- Campalans, C. (2014). Docencia/aprendizaje transmedia: Una experiencia. *Razón y palabra*, 89, 13-17.
- Cardozo Rivera, I., & Madariaga Ortuzar, A. (2021). Narrativas transmedia e inclusión: Diseño de un proyecto transmedia para contribuir al reconocimiento de la paz en la cotidianidad de niños con discapacidad visual/auditiva. *Nuevas formas de aprendizaje en la era digital: en busca de una educación inclusiva, 2021, ISBN 978-84-1377-321-6, págs. 642-663*, 642-663. <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=8251782>
- Centro de Emergencias Sanitarias 061. (2014). *Emergencias Sanitarias de Andalucía*. <https://www.youtube.com/channel/UCiH4tUnawvZFLpb53Ec9SDg>
- Chomón-Serna, J.-M., & Busto-Salinas, L. (2018). Ciencia y transmedia: Binomio para la divulgación científica. El caso de Atapuerca. *El Profesional de la Información*, 27(4), 938. <https://doi.org/10.3145/epi.2018.jul.22>
- Ciámpoli Halaman, M. C. (2012). *Hacia una comunidad prevenida ante el peligro de incendio urbano-forestal (Esquel—Chubut—Argentina)* [Tesis de máster, Universidad Internacional de Andalucía]. <https://dspace.unia.es/handle/10334/1787>

- Clipping, G. (2023, noviembre 29). *Resolución de 28 de noviembre de 2023 del Vicerrector de Investigación e Internacionalización de la Universidad de La Rioja, por la que se convocan ayudas para el año 2024 destinadas a la realización de actividades de divulgación científica*. Gov Clipping. <https://govclipping.com/subsidies-state-aid/es/23865-resolucion-28-noviembre-2023-vice-rector-investigacion-e-internacionalizacion-universidad-rioja-se-convocan-ayudas-ano-2024-destinadas-realizacion-actividades-divulgacion-cientifica>
- Comunidad de Madrid. (2019, junio 4). *¿Qué llevar en un botiquín?* SUMMA 112. <https://www.comunidad.madrid/hospital/summa112/ciudadanos/llevar-botiquin>
- Costa Sánchez, C. (2014). Narrativas Transmedia Nativas: Ventajas, elementos de la planificación de un proyecto audiovisual transmedia y estudio de caso. *Historia y Comunicación Social*, 18(0), 561-574. https://doi.org/10.5209/rev_HICS.2013.v18.44349
- Davis, S. (2017). Drama and arts-based professional learning: Exploring face-to-face, online and transmedia models. *Teaching Education*, 28(4), 333-348. <https://doi.org/10.1080/10476210.2017.1296830>
- Dickinson-Delaporte, S., Gunness, A., & McNair, H. (2020). Engaging Higher Education Learners With Transmedia Play. *Journal of Marketing Education*, 42(2), 123-133. <https://doi.org/10.1177/0273475318775138>
- Emerxencias 112 de Galicia. (s.f.a). *Emerxencias 112 de Galicia*. <https://www.axega112.gal/es>
- Emerxencias 112 de Galicia. (s.f.b). *Juega y aprende*. <https://www.axega112.gal/es/content/juega-y-aprende>
- Fleming, L. (2013). Expanding Learning Opportunities with Transmedia Practices: «Inanimate Alice» as an Exemplar. *Journal of Media Literacy Education*, 5(2), 370-377.
- Generalitat de Catalunya. (s.f.). *SEM - Sistema d'Emergències Mèdiques*. SEM - Sistema d'Emergències Mèdiques. <http://sem.gencat.cat/ca/inici/>

Generalitat Valenciana. (s.f.). 112 de la Generalitat Valenciana.
<https://www.112cv.gva.es/va/1-1-2-on-line>

Gobierno de Canarias. (s.f.). Emergencias.
<https://www.gobiernodecanarias.org/emergencias/>

Gobierno de La Rioja. (2017). *Bomberos del CEIS-Rioja enseñan a los niños cómo prevenir siniestros y reaccionar adecuadamente ante una emergencia*.
<https://actualidad.larioja.org/noticia?n=not-bomberos-del-ceis-rioja-ensenan-a-los-ninos-como-prevenir-siniestros-y-reaccionar-adecuadament>

Gobierno de La Rioja. (2018). *Convocatoria: Programa de Educación para la Seguridad Vial - Centros - Portal del Gobierno de La Rioja*. <https://www.larioja.org/educarioja-centros/es/noticias-centros-ee3c0/convocatoria-programa-educacion-seguridad-vial>

Gobierno de La Rioja. (2023). *Programa RCP y primeros auxilios en centros educativos— Atención a la diversidad—Portal del Gobierno de La Rioja*.
<https://www.larioja.org/edu-aten-diversidad/es/programas/programa-rcp-primeros-auxilios-centros-educativos>

Gobierno de La Rioja. (2024). *Solicitudes de visitas, formaciones, preventivos, etc. - Ceis— Portal del Gobierno de La Rioja*.
<https://www.larioja.org/ceis/es/prevencion/solicitudes-visitas-formaciones-preventivos-etc>

Gobierno de La Rioja. (s.f.). *Emergencias 112*. <https://www.larioja.org/emergencias-112/es>

Gobierno de Navarra. (s.f.). *Seguridad y Emergencias de Navarra*. Navarra.es.
<http://www.navarra.es/es/seguridad-y-emergencias>

González, P. A., Delgado, R. C., & Reyes, D. M. (2014). *La actividad asistencial de los Servicios de Emergencias Médicas en España*.

González-Martínez, J., Esteban-Guitart, M., Rostan-Sanchez, C., Serrat-Sellabona, E., & Estebanell-Minguell, M. (2019). What's up with transmedia and education? A

literature review. *Digital Education Review*, 207-222.
<https://doi.org/10.1344/der.2019.36.207-222>

González-Martínez, J., & Meyerhofer-Parra, R. (2023). El gancho de una historia sin historia: Reflexiones a partir de una experiencia transmedia en educación superior. *González-Martínez, Juan Meyerhofer-Parra, Rafel 2023 El gancho de una historia sin historia: reflexiones a partir de una experiencia transmedia en educación superior*. Temps d'Educació. <https://doi.org/10.1344/TempsEducacio2023.64.7>

Govern de les Illes Balears. (s.f.). *Unidad Operativa de Emergencias 112 de Islas Baleares*. https://www.caib.es/sites/112/es/unidad_operativa_de_emergencias-8641/

Guardia Civil. (2024). *Atención al ciudadano*. https://www.guardiacivil.es/es/servicios/atencionciudadano_1/consultasugerencia/index.html

Gutiérrez, L. (2012). Conectivismo como teoría de aprendizaje: Conceptos, ideas y posibles limitaciones. *Revista Educación y Tecnología*, 1, 111-122.

Hayes, G. P. (2011). *How to write a transmedia production bible. A template for multiplatform producers* [Archivo PDF]. <https://acervo-digital.espm.br/E-BOOKS/2020/382118.pdf>

Ibáñez, L. M., Martínez, J. P., Mínguez, D. Z., Rubio, F. A., Alonso, V. G., Rubio, S. A. G., Hernández, J. M. H., Campos, F. D., & López, P. R. (2019). Consenso Victoria I: La cadena de supervivencia táctica civil ante incidentes de múltiples víctimas intencionados. *Emergencias: Revista de la Sociedad Española de Medicina de Urgencias y Emergencias*, 31(3), 195-201.

Jenkins, H. (2006). Introduction: "Worship at the Altar of Convergence": A New Paradigm for Understanding Media Change. En *Introduction: "Worship at the Altar of Convergence": A New Paradigm for Understanding Media Change* (pp. 1-24). New York University Press. <https://doi.org/10.18574/nyu/9780814743683.003.0004>

Junta de Extremadura. (s.f.). *Centro de Atención de Urgencias y Emergencias de la Junta de Extremadura*. <http://instituciones.juntaex.es/112/>

Lovato, A. (2018). *El guión transmedia: Una propuesta metodológica para contar con todos los medios* [Tesis doctoral, Universidad Nacional de Rosario]. Repositorio Institucional - Universidad Nacional de Rosario. <https://rehip.unr.edu.ar/items/074ef73a-0b1f-46f3-9385-abdba58bf4a1>

Lovato, A. (2019). *Diseño narrativo para AR y VR en proyectos transmedia de no ficción* [Archivo PDF]. <https://www.academica.org/21redcom/286.pdf>

Lugo Rodríguez, N. (2016). *Diseño de narrativas transmedia para la transalfabetización* [Tesis doctoral, Universitat Pompeu Fabra]. En TDX (Tesis Doctorals en Xarxa). <https://www.tdx.cat/handle/10803/396131>

Maestro, J., & Culell, P. (2015). *Nacidos para contar: Escribir y producir para TV y cine*. Grijalbo.

Martín Reyes, D. (2012). *Análisis de los servicios de emergencia médicas extrahospitalarias en España* [Tesis doctoral, Universidad Rey Juan Carlos]. <https://dialnet.unirioja.es/servlet/tesis?codigo=311463>

Mediaset. (2017). *Héroes, más allá del deber*. Mitele. <https://www.mitele.es/programas-tv/heroes-mas-alla-del-deber/>

Merino-Cajaraville, A. (2022). *Propuesta y diseño de una campaña transmedia: "#DiseñandoConIKEA"* [Trabajo final de máster, Universidad Internacional de La Rioja]. <https://reunir.unir.net/handle/123456789/13181>

Meyerhofer-Parra, R., & González-Martínez, J. (2022). *Hacia una taxonomía de las estrategias didácticas transmediáticas*. IRIE (Institut de Recerca i Innovació Educativa). <https://dugi-doc.udg.edu/handle/10256/22905>

Ministerio de Ciencia, Innovación y Universidades. (2024). *Convocatoria de ayudas para el fomento de la cultura científica*. FECYT.

<https://www.fecyt.es/es/tematica/convocatoria-de-ayudas-para-el-fomento-de-la-cultura-cientifica>

Moloney, K. (2018). Designing Transmedia Journalism Projects. En *Exploring Transmedia Journalism in the Digital Age* (pp. 83-103). IGI Global. <https://doi.org/10.4018/978-1-5225-3781-6.ch006>

Montoya-Bermúdez, D., & Ferré-Pavia, C. (2022). Estrategias de comunicación transmedia en campañas políticas: Los casos de Colombia y México en las elecciones presidenciales de 2018. *Latin American Research Review*, 57(2), 369-387.

Pereira, M., & Pedro, L. (2020). *Collaborative transmedia learning environments for the promotion of students' autonomy and motivation: A study developed with students at risk of dropout and school failure* (p. 6). <https://doi.org/10.23919/CISTI49556.2020.9140850>

Pérez-Manzano, A., & Almela-Baeza, J. (2018). Gamificación transmedia para la divulgación científica y el fomento de vocaciones procientíficas en adolescentes = Gamification and transmedia for scientific promotion and for encouraging scientific careers in adolescents. *Comunicar: Revista Científica Iberoamericana de Comunicación y Educación = Scientific Journal of Media Education: 55, 2, 2018*. <https://doi.org/10.3916/C55-2018-09>

Plaza, E. (2020, febrero 10). 34 podcast de urgencias y emergencias. *Urgencias y emergencias*[®]. <https://www.urgenciasyemergen.com/podcast-urgencias-y-emergencias/>

Policía Nacional. (2024). *Participación ciudadana (sección consejos)*. Portal Web de la Policía Nacional. https://www.policia.es/_es/colabora_participacion.php

Pratten, R. (2015). *Getting started with transmedia storytelling: A practical guide for beginners* (2nd edition). Createspace Independent Publishing.

Raybourn, E. M., Stubblefield, W. A., Trumbo, M., Jones, A., Whetzel, J., & Fabian, N. (2019). *Information Design for XR Immersive Environments: Challenges and Opportunities*.

En J. Y. C. Chen & G. Fragomeni (Eds.), *Virtual, Augmented and Mixed Reality. Multimodal Interaction* (pp. 153-164). Springer International Publishing. https://doi.org/10.1007/978-3-030-21607-8_12

Rodrigues, P., & Bidarra, J. (2014). Transmedia Storytelling and the Creation of a Converging Space of Educational Practices. *International Journal of Emerging Technologies in Learning (IJET)*, 9(6), Article 6. <https://doi.org/10.3991/ijet.v9i6.4134>

Romero, S. F. (2023). Narrativas transmedia de no ficción y comunicación de la ciencia. Algunas reflexiones surgidas desde la producción. *Documentación de las Ciencias de la Información*, 46(1), 51-56. <https://doi.org/10.5209/dcin.84272>

Sacyl. (s.f.). *Urgencias y Emergencias*. Portal de Salud de la Junta de Castilla y León. <https://www.saludcastillayleon.es/es/asistencia-sanitaria/urgencias-emergencias>

Sánchez-Caballé, A., & González-Martínez, J. (2023). Transmedia learning: Fact or fiction? A systematic review (Aprendizaje transmedia: ¿realidad o ficción? Una revisión sistemática). *Culture and Education*, 35(1), 1-32. <https://doi.org/10.1080/11356405.2022.2121131>

Santiago, I., Beaumont, C., Santiago, I., & Beaumont, C. (2018). Eduquemos a toda la población en reanimación cardiopulmonar. *Anales del Sistema Sanitario de Navarra*, 41(2), 285-286. <https://doi.org/10.23938/assn.0302>

Scolari, C. A. (2015). *Transmedia storytelling: Brands, narratives and storyworlds*. <https://doi.org/10.19211/KUP9783737600439>

Scolari, C. A. (2018). *Teens, media and collaborative cultures: Exploiting teens' transmedia skills in the classroom*. Universitat Pompeu Fabra. <http://repositori.upf.edu/handle/10230/34245>

Servicio Andaluz de Salud. (2012). *Documento marco sobre estándares de calidad de la atención urgente a los ciudadanos y a las ciudadanas en el Sistema Sanitario Público de Andalucía*. Servicio Andaluz de Salud. <https://www.sspa.juntadeandalucia.es/servicioandaluzdesalud/publicaciones/docum>

ento-marco-sobre-estandares-de-calidad-de-la-atencion-urgente-los-ciudadanos-y-las-ciudadanas

Sixteen Tons Entertainment. (2023). *EMERGENCY en Steam*. <https://store.steampowered.com/app/850170/EMERGENCY/>

SOS Deiak. (2019). *App 112 SOS Deiak*. <https://www.euskadi.eus/app-112-sos-deiak/web01-a2larri/es/>

SOS Deiak. (s.f.). *Emergencias 112 y seguridad*. <https://www.euskadi.eus/gobierno-vasco/emergencias-112/>

Star. (2018). *Episodios completos de 9-1-1 | Disney+*. <https://www.disneyplus.com/es-es/series/9-1-1/2m7rY4gecjQw>

SUMMA112. (s.f.). *Servicio de Urgencia Médica (SUMMA 112)*. SUMMA 112. <https://www.comunidad.madrid/hospital/summa112/>

Tombleson, B. (2024). Transmedia learning: A literature review. *Technology, Pedagogy and Education*, 1-15. <https://doi.org/10.1080/1475939X.2024.2310681>

Unidad Militar de Emergencias. (2024). *Página Web de la Unidad Militar de Emergencias*. <https://www.defensa.gob.es/ume/>

Valdés Sánchez, V., Gutiérrez Esteban, P., & Capilla Garrido, E. (2016). Diseño de materiales curriculares en Educación infantil: De la convergencia de medios a la educación transmedia. *Tecnología, innovación e investigación en los procesos de enseñanza-aprendizaje*, 2016, ISBN 978-84-9921-848-9, págs. 1424-1431, 1424-1431. <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=6065791>

Vandal. (s.f.). *Todos los juegos de Emergency—Saga completa*. Vandal. <https://vandal.elespanol.com/sagas/emergency>

Velasco Rodríguez, N. (2020). *Estudio del manejo de hemorragias externas con torniquete cat® en primeros intervinientes*. <https://uvadoc.uva.es/handle/10324/42078>

Anexo A. Plantillas de Anahí Lovato (2018) para presentar propuestas de narrativas transmedia

PLANTILLA PARA DISEÑO DE NARRATIVAS TRANSMEDIA #DCM **PRODUCCIONES TRANSMEDIA**

NARRATIVA MUNDO DE LA HISTORIA

TEMA O CONFLICTO
Qué queremos contar

Sugerencia para diseñadores y guionistas transmedia: regresar siempre a este primer punto tras haber finalizado la instancia de exploración e investigación del tema.

Elaborada por Anahí Lovato (2018) a partir de experiencias transmedia desarrolladas por el equipo de la Dirección de Comunicación Multimedial de la Universidad Nacional de Rosario y la revisión de modelos propuestos por Gary P. Hayes (2012), Robert Pratten (2001 y 2015), Fernando Acuña y Alejandro Calogueres (2012), Carlos Scolar (2014) y Max Giovagnoli (2017).

PLANTILLA PARA DISEÑO DE NARRATIVAS TRANSMEDIA #DCM **PRODUCCIONES TRANSMEDIA**

NARRATIVA MUNDO DE LA HISTORIA

PERSONAJES Y CONEXIONES
Quiénes son los protagonistas de nuestra historia y cómo se vinculan

.....	real <input type="checkbox"/>	ficticio <input type="checkbox"/>
.....	real <input type="checkbox"/>	ficticio <input type="checkbox"/>
.....	real <input type="checkbox"/>	ficticio <input type="checkbox"/>
.....	real <input type="checkbox"/>	ficticio <input type="checkbox"/>
.....	real <input type="checkbox"/>	ficticio <input type="checkbox"/>
.....	real <input type="checkbox"/>	ficticio <input type="checkbox"/>
.....	real <input type="checkbox"/>	ficticio <input type="checkbox"/>
.....	real <input type="checkbox"/>	ficticio <input type="checkbox"/>
.....	real <input type="checkbox"/>	ficticio <input type="checkbox"/>
.....	real <input type="checkbox"/>	ficticio <input type="checkbox"/>
.....	real <input type="checkbox"/>	ficticio <input type="checkbox"/>

La audiencia, ¿puede ser considerada un personaje dentro de la historia?
¿Qué rol desempeñará?

Elaborada por Anahí Lovato (2018) a partir de experiencias transmedia desarrolladas por el equipo de la Dirección de Comunicación Multimedial de la Universidad Nacional de Rosario y la revisión de modelos propuestos por Gary P. Hayes (2012), Robert Pratten (2001 y 2015), Fernando Acuña y Alejandro Calogueres (2012), Carlos Scolar (2014) y Max Giovagnoli (2017).

PLANTILLA PARA DISEÑO DE NARRATIVAS TRANSMEDIA #DCM PRODUCCIONES TRANSMEDIA

ELEMENTOS DE LA HISTORIA
Lineas narrativas o subtramas

NARRATIVA MUNDO DE LA HISTORIA

Elaborada por Anahí Lovato (2018) a partir de experiencias transmedia desarrolladas por el equipo de la Dirección de Comunicación Multimedial de la Universidad Nacional de Rosario y la revisión de modelos propuestos por Gary P. Hayes (2012), Robert Pratten (2001 y 2015), Fernando Acuña y Alejandro Caloguerca (2012), Carlos Scolar (2014) y Max Giovagnoli (2017).

PLANTILLA PARA DISEÑO DE NARRATIVAS TRANSMEDIA #DCM PRODUCCIONES TRANSMEDIA

AUDIENCIAS / USUARIOS
Qué públicos queremos alcanzar. Dónde están. Cómo y cuándo consumen contenidos.

OBJETIVOS
Qué esperamos lograr.

EXPERIENCIAS

Elaborada por Anahí Lovato (2018) a partir de experiencias transmedia desarrolladas por el equipo de la Dirección de Comunicación Multimedial de la Universidad Nacional de Rosario y la revisión de modelos propuestos por Gary P. Hayes (2012), Robert Pratten (2001 y 2015), Fernando Acuña y Alejandro Caloguerca (2012), Carlos Scolar (2014) y Max Giovagnoli (2017).

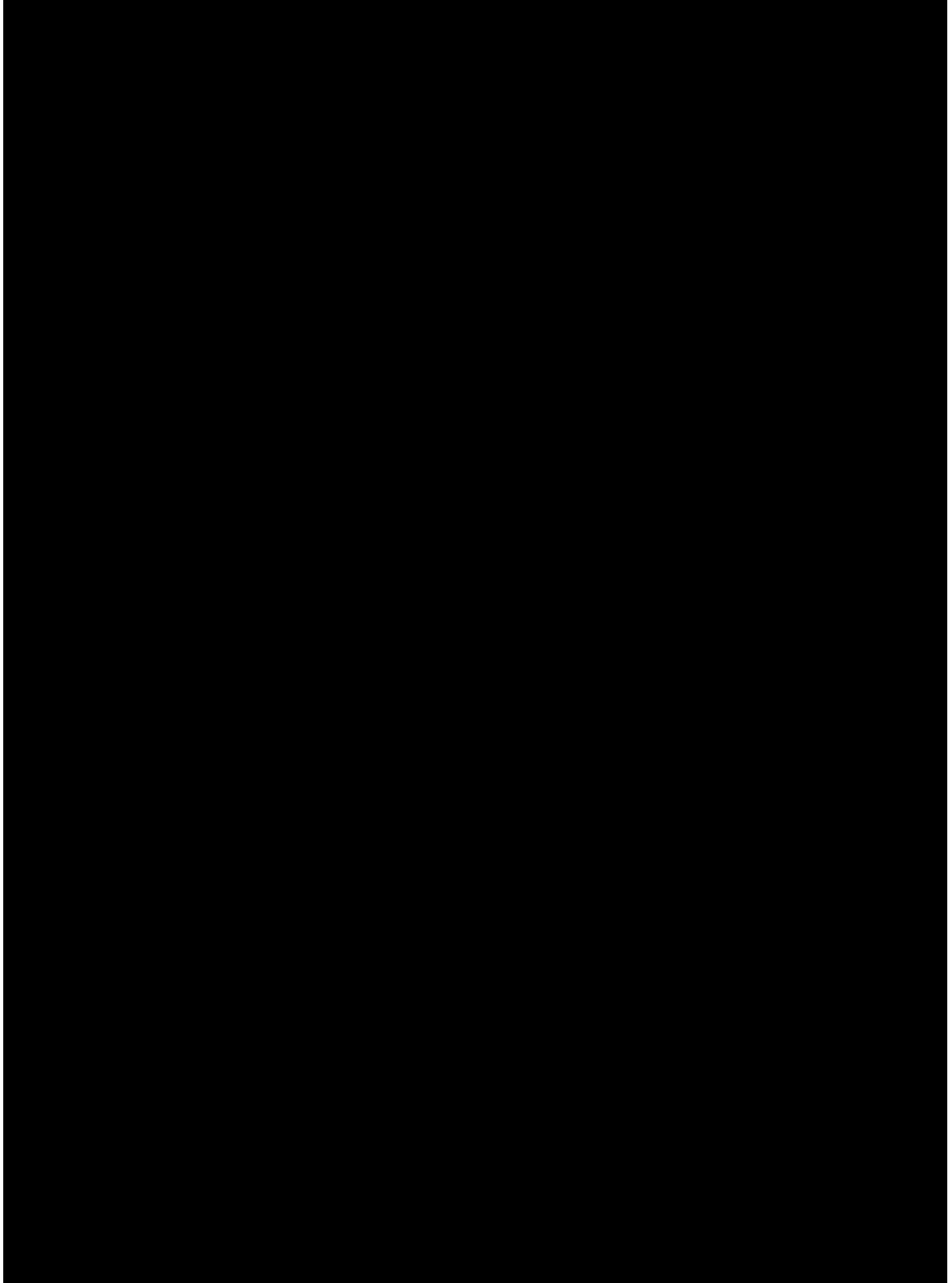
Anexo B. Cuestionario dirigido a profesionales de instituciones de la emergencia extrahospitalaria de La Rioja

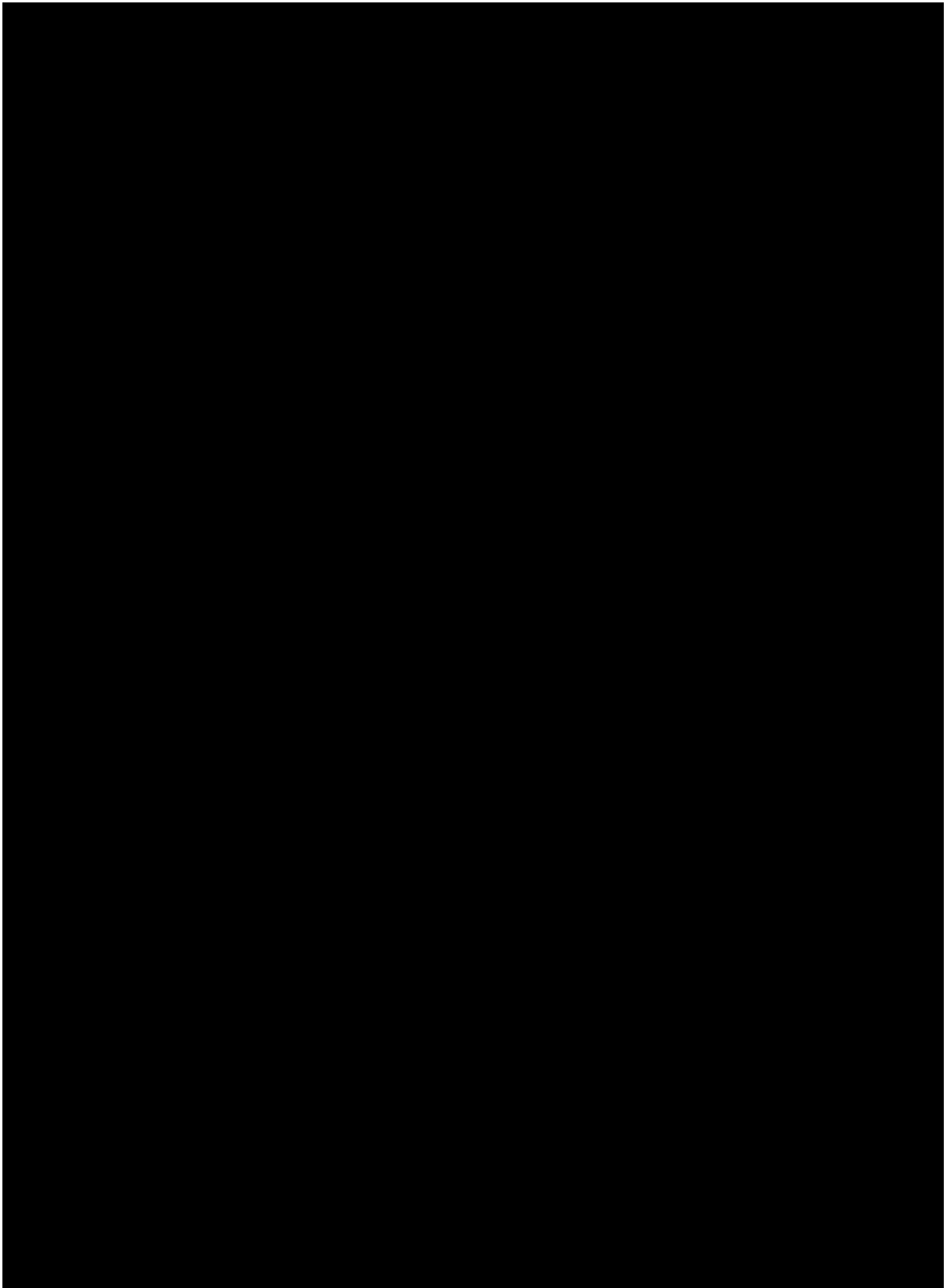
Pregunta	Objetivo
<p>1) ¿Qué tipo de emergencias atiende con mayor frecuencia su servicio en La Rioja?</p> <p>A. Casuística (tipología de casos)</p> <p>B. Escenarios (espacio público, domicilio, rural, urbano,...)</p> <p>C. Recursos logísticos disponibles y necesarios para la resolución de las emergencias anteriormente descritas</p>	Determinar específicamente casos y escenarios tipo.
<p>2) ¿Considera relevante el papel (o la actuación) de los primeros intervinientes no profesionales en los primeros momentos de las emergencias que ustedes atienden, a la hora de conseguir una resolución positiva o negativa de la misma? ¿En cuáles de los tipos anteriores?</p>	Explorar y determinar la importancia que se otorga a la participación del primer interviniente en la resolución de la emergencia específica.
<p>3) En su opinión: ¿tiene la población general suficiente información y entrenamiento/habilidades como primer interviniente potencial en los tipos de emergencias que ustedes atienden? (aplicar, si necesario, la pregunta a cada caso y escenario)</p>	<p>-Explorar y determinar la importancia que se otorga al primer interviniente en la resolución de la emergencia concreta.</p> <p>-Explorar necesidad de transmisión de contenidos concretos.</p>
<p>4) Supeditada a la respuesta anterior:</p> <p>A. Si respuesta negativa: ¿a qué se debe tal carencia?</p> <p>B. Si respuesta afirmativa: en su opinión, ¿es posible mejorar las competencias de la población general en este ámbito?</p>	Explorar y determinar la importancia que se otorga al primer interviniente en la resolución de la emergencia relacionada.
<p>5) ¿Cuáles son, a su juicio, los principales errores que cometen los primeros intervinientes en las emergencias que suelen atender ustedes?</p>	Determinar aspectos de mejora en la formación de los primeros intervinientes y la información a la población general.
<p>6) En su opinión: ¿qué tipo de habilidades y conocimientos sería necesario reforzar en el ciudadano como primer interviniente potencial en una emergencia (desde el punto de vista y las competencias de su institución)?</p>	Explorar y determinar la importancia que se otorga al primer interviniente en la resolución de la emergencia relacionada y en relación a su competencia específica.
<p>7) En su opinión: ¿sería pertinente incluir la totalidad o parte de dichos conocimientos (y habilidades) en los planes de estudio oficiales?</p>	Explorar la percepción del entrevistado en relación a la divulgación de contenidos, relativos a su competencia específica, a la población general.
<p>8) Supeditada a la respuesta anterior:</p> <p>A. Si la respuesta anterior afirmativa: ¿considera que debería instaurarse dicha formación en la formación pregrado, de grado, de posgrado o en todos los niveles educativos?</p> <p>B. Si la respuesta anterior negativa: ¿considera que debería procurarse la formación en dichos aspectos fuera de los planes de estudio oficiales? ¿sugiere algún medio para ello?</p>	<p>-Explorar la percepción del entrevistado respecto a la necesidad de divulgar contenidos concretos a los primeros intervinientes potenciales.</p> <p>-Recoger sugerencias y propuestas relacionadas con la adecuación de contenidos a públicos potenciales.</p>
<p>9) ¿Tiene su institución algún proyecto/campaña/ publicación oficial dirigida a la información a los primeros intervinientes potenciales en una emergencia extrahospitalaria?</p>	Valorar la existencia de proyectos activos de divulgación en el ámbito de la emergencia extrahospitalaria.

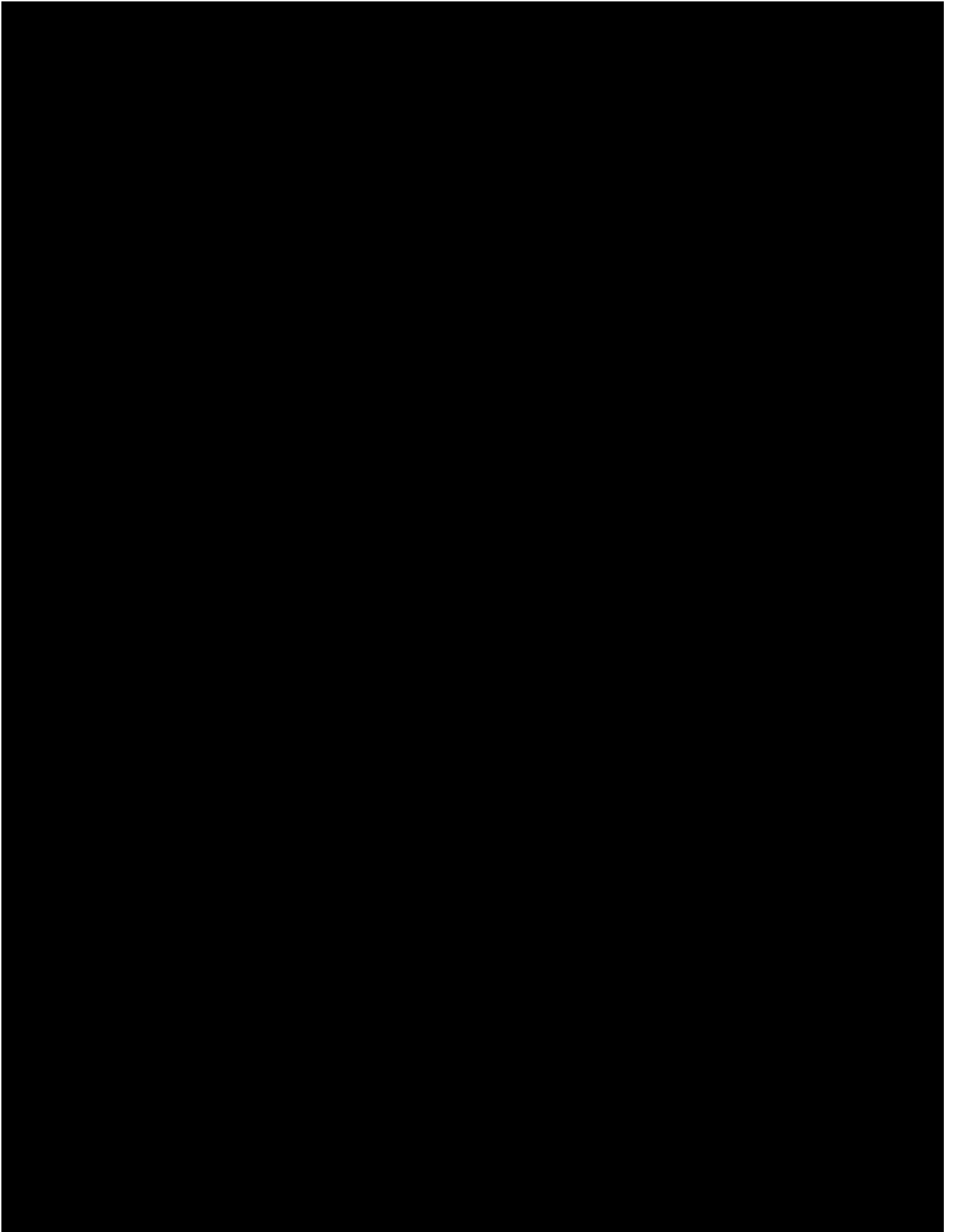
Pregunta	Objetivo
10) ¿Tiene conocimiento de la existencia / inexistencia de planes formativos en este tipo de competencias en esta u otras comunidades autónomas?	Valorar la percepción respecto a la formación en otros ámbitos geográficos en los aspectos comentados.
11) ¿Considera que la capacidad docente de los profesionales de su institución es suficiente para transmitir a la población general qué hacer y qué no hacer en los escenarios de emergencia que ha nombrado anteriormente?	Valorar la percepción respecto a la propia capacidad de divulgación y respecto a la potencialidad percibida de herramientas profesionales de divulgación.
12) ¿Considera necesario el apoyo de los profesionales de la comunicación para llevar a cabo lo anterior?	Valorar la percepción respecto a la propia capacidad de divulgación y respecto a la potencialidad percibida de herramientas profesionales de divulgación.
13) ¿Considera que su institución debería incluir entre sus objetivos/obligaciones la formación/divulgación de contenidos a los primeros intervinientes potenciales?	Valorar posibilidad de colaboración prospectiva.
14) ¿Considera adecuada y factible una metodología de trabajo interdisciplinar (donde las instituciones decidieran qué transmitir, en el ámbito de sus competencias, y fueran los profesionales de la comunicación quienes decidieran cómo hacerlo (con qué medios y en qué momento)?	Valorar posibilidad de colaboración prospectiva.
15) ¿Colaboraría como asesor especializado en la elaboración de un proyecto de divulgación, donde su institución decidiera qué transmitir y el profesional de la comunicación decidiera cómo transmitirlo (con qué recursos y por qué medios)?	Valorar posibilidad de colaboración prospectiva.
16) ¿Recomienda a alguna persona de su institución o de otra con formación y habilidades para colaborar en el presente proyecto?	Conseguir nuevos colaboradores mediante sondeo por bola de nieve.

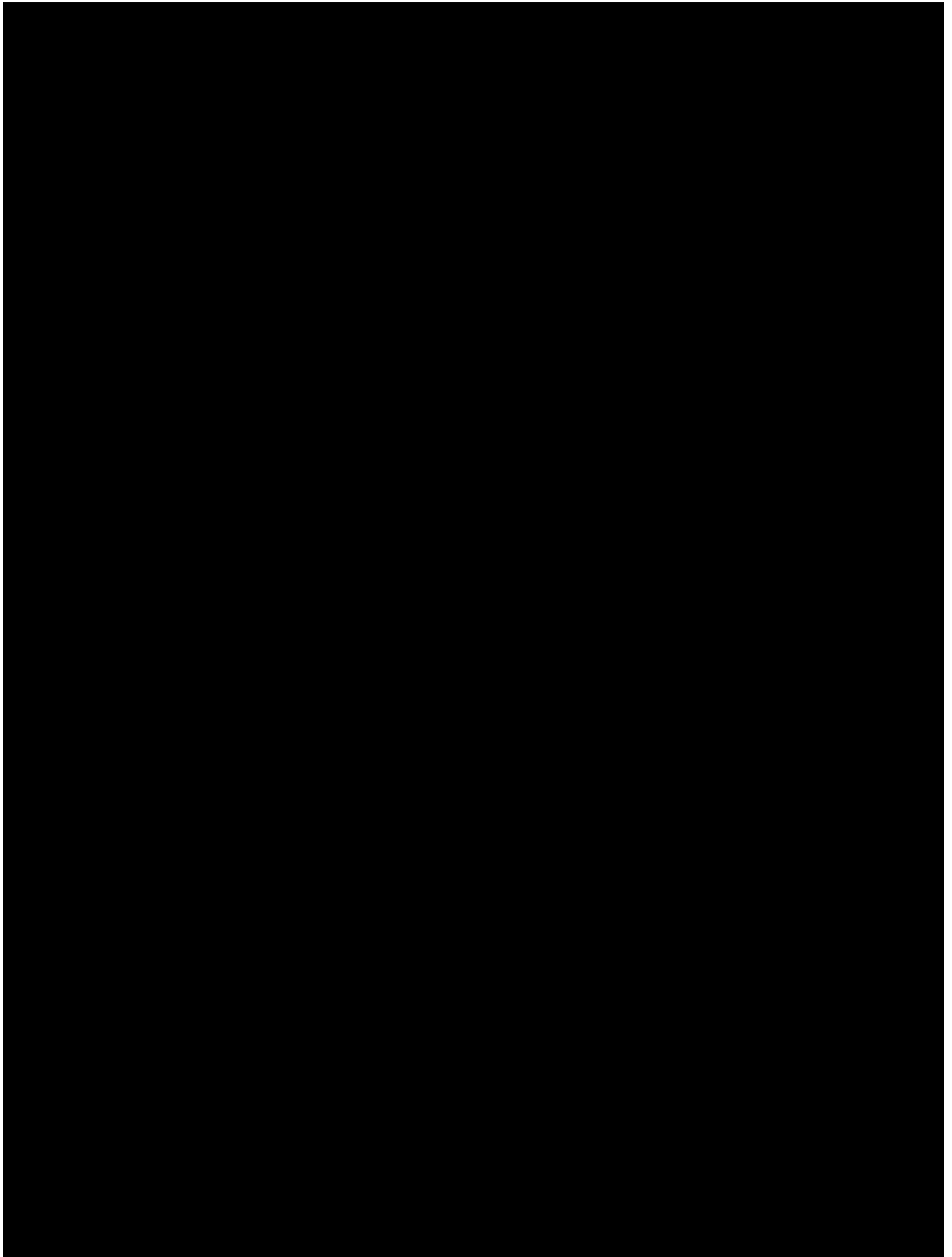
Fuente: elaboración propia.

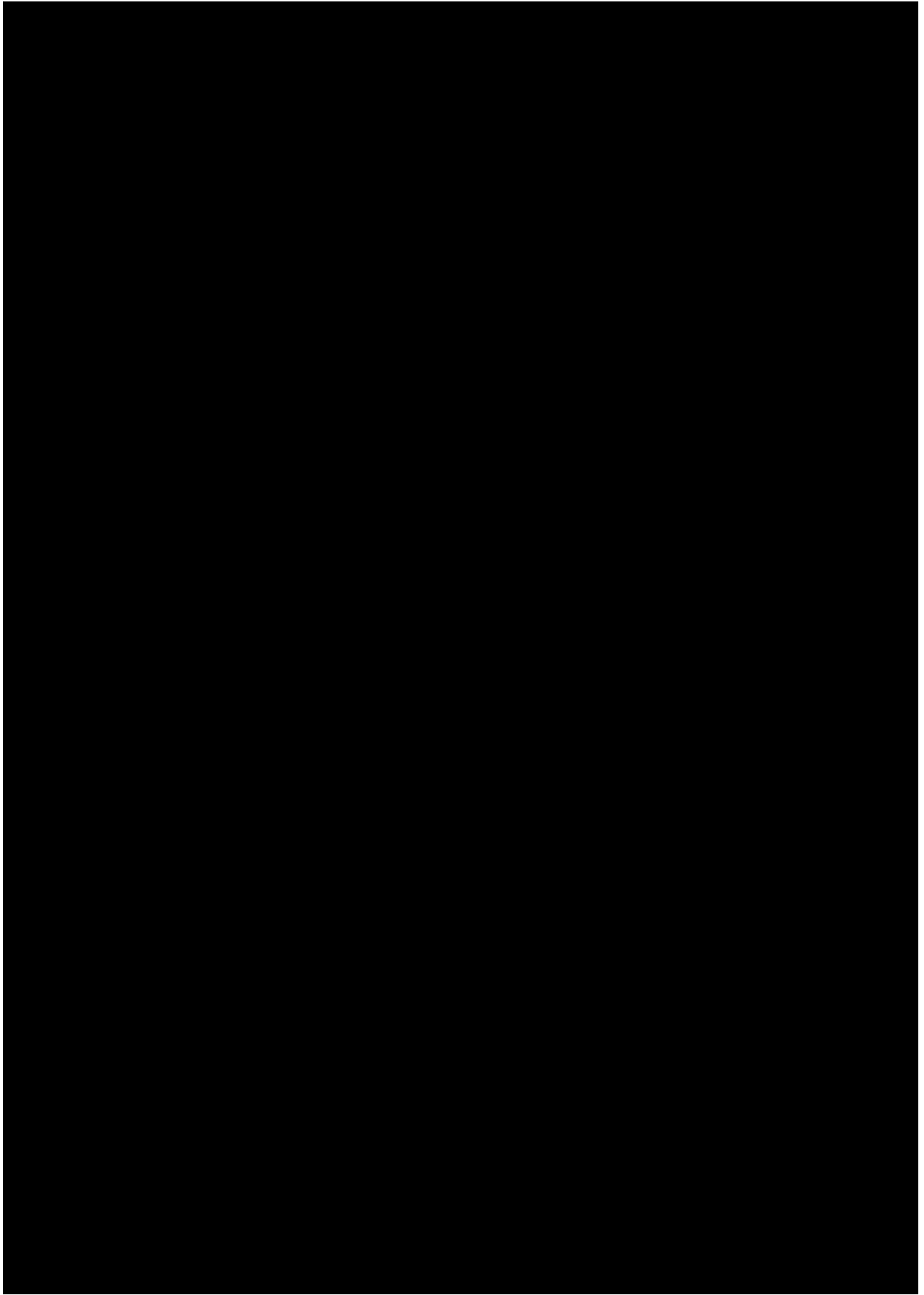
Anexo C. Modelo de consentimiento informado y firmas de los profesionales de la emergencia entrevistados

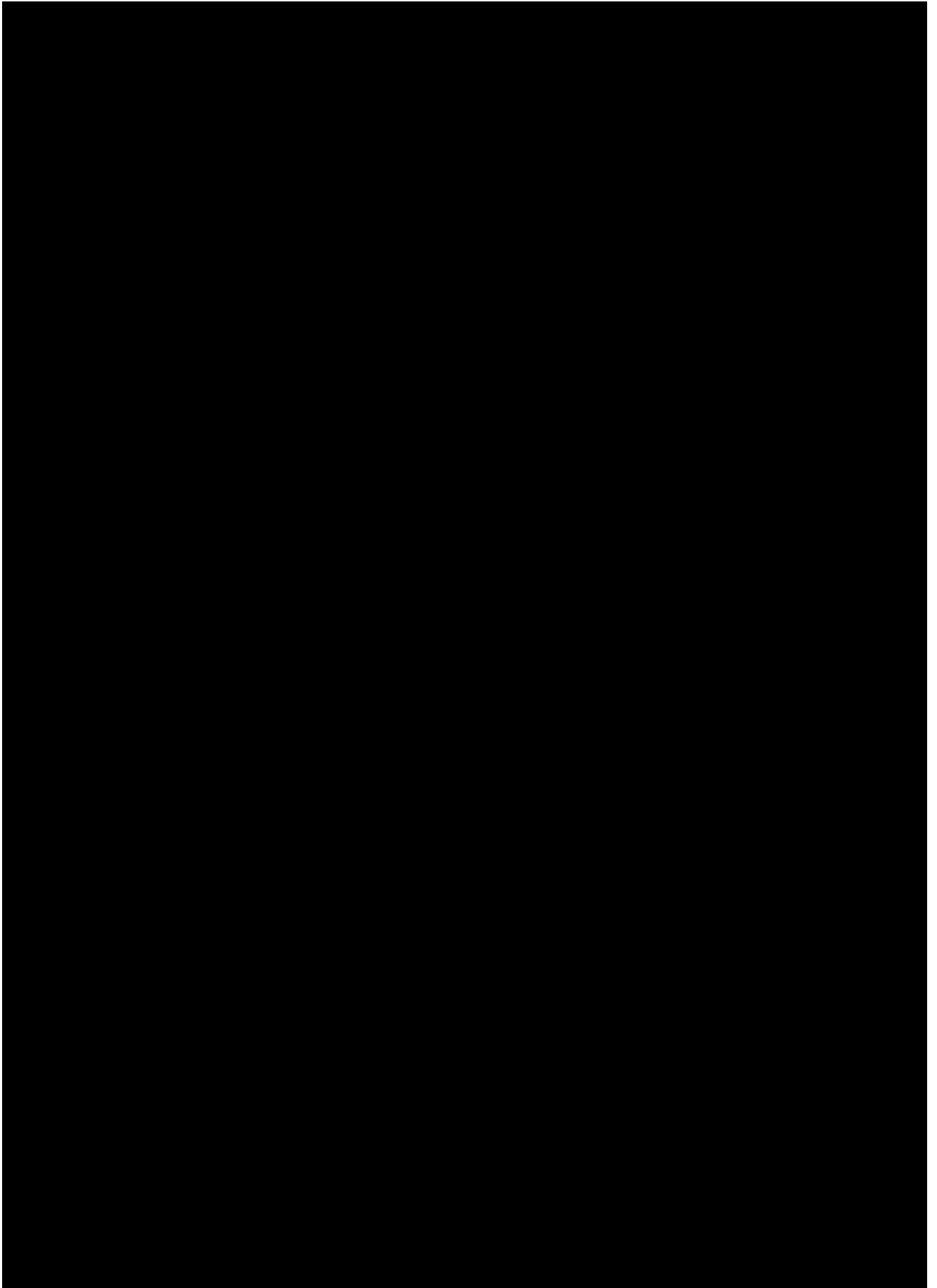


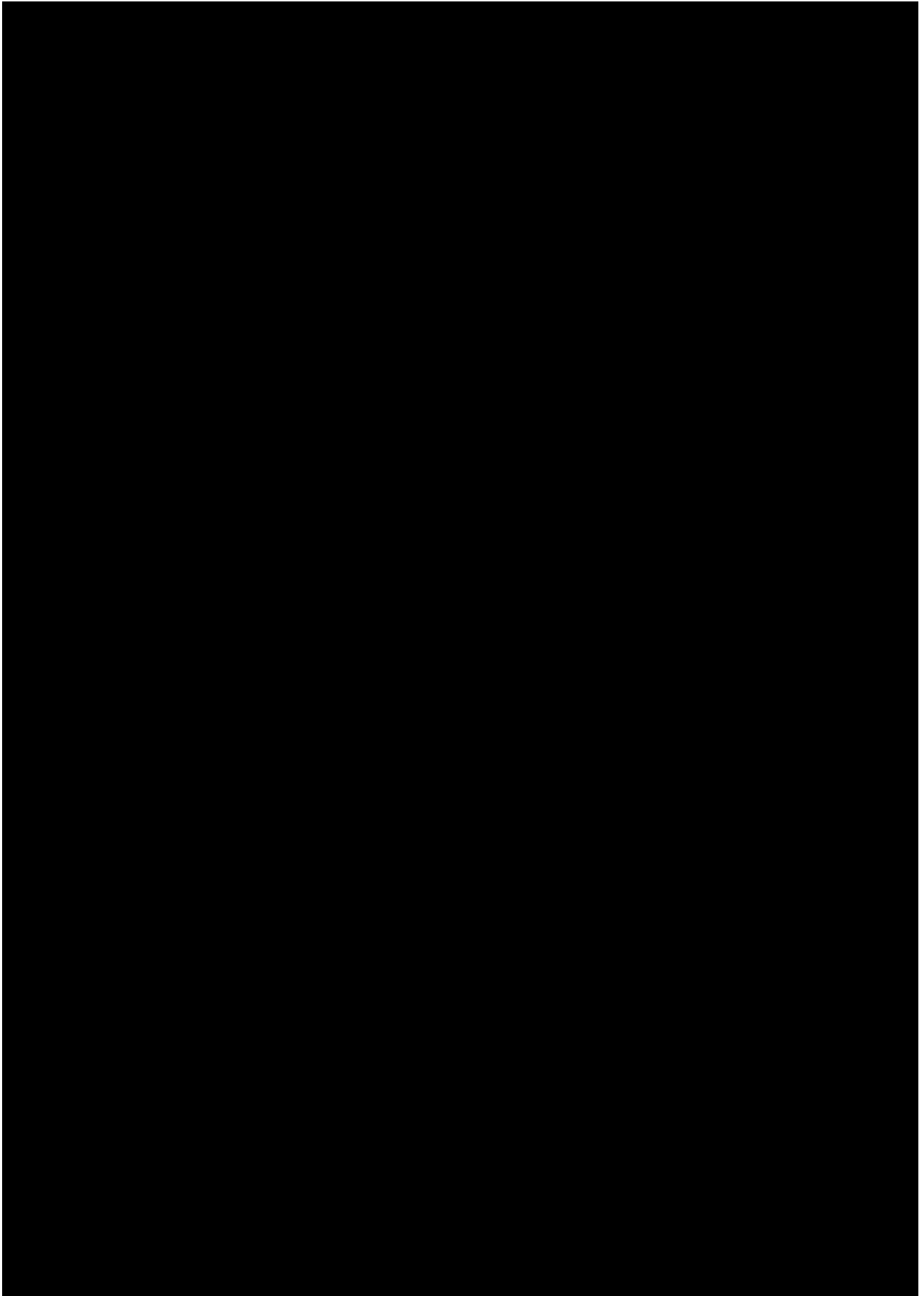


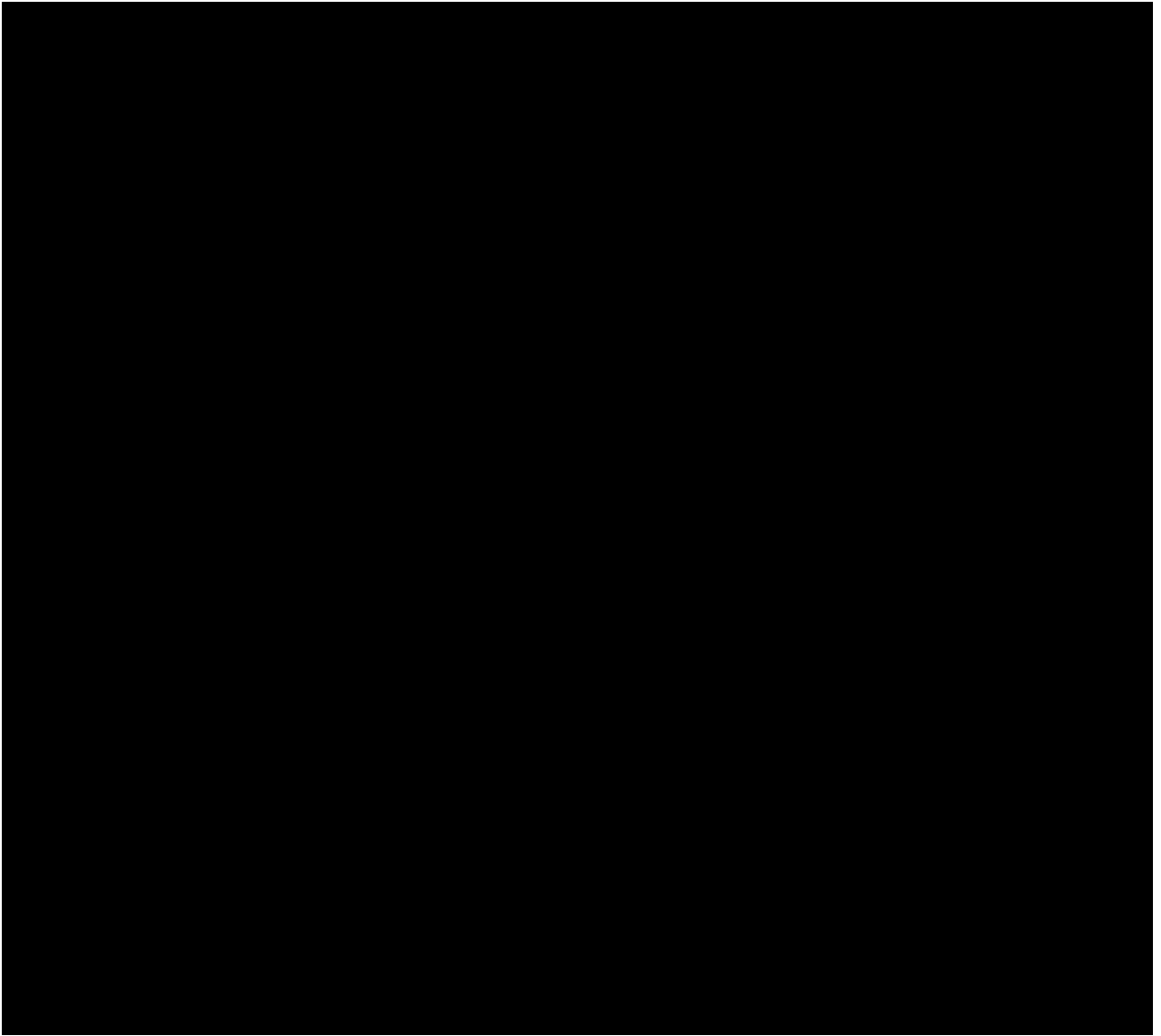










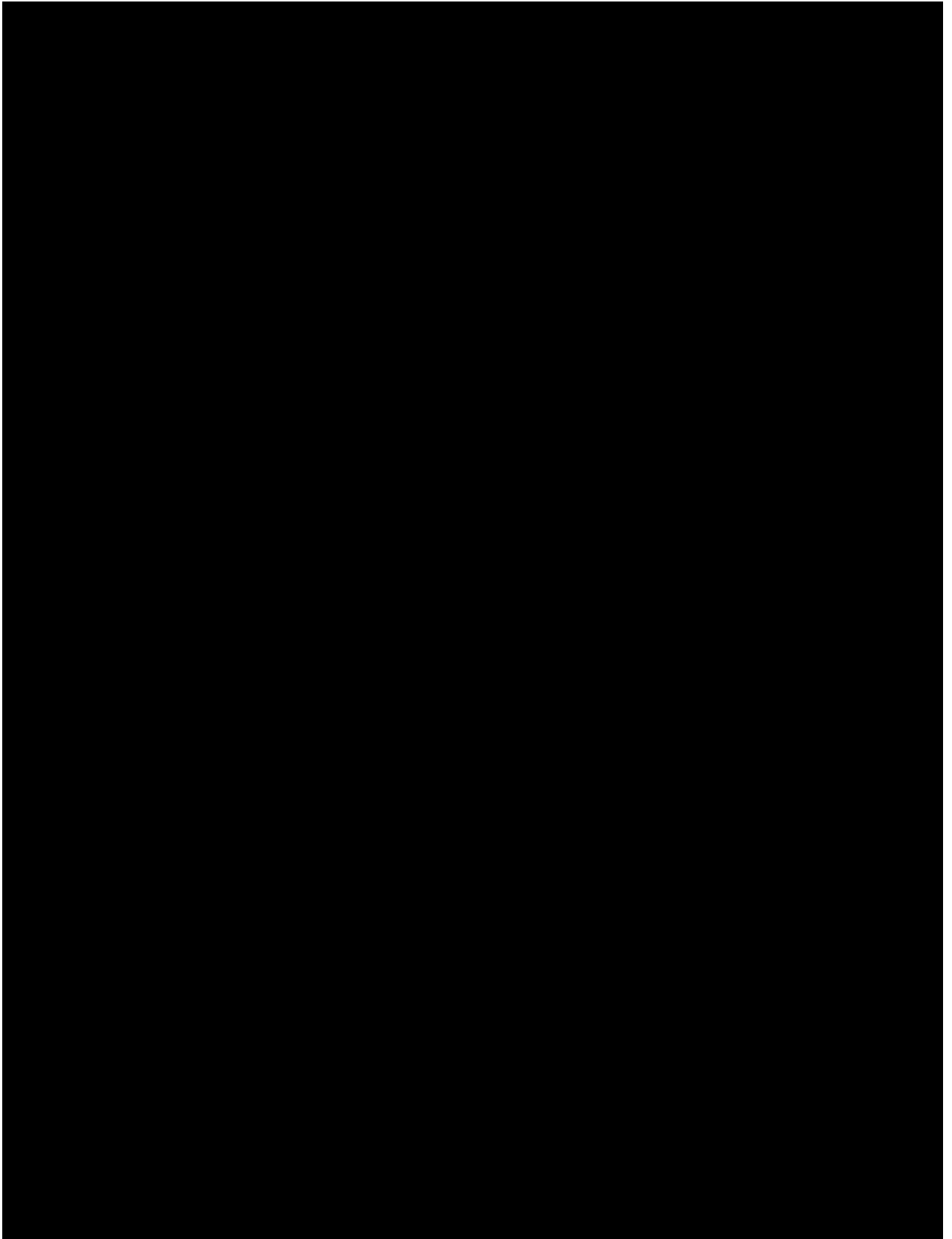


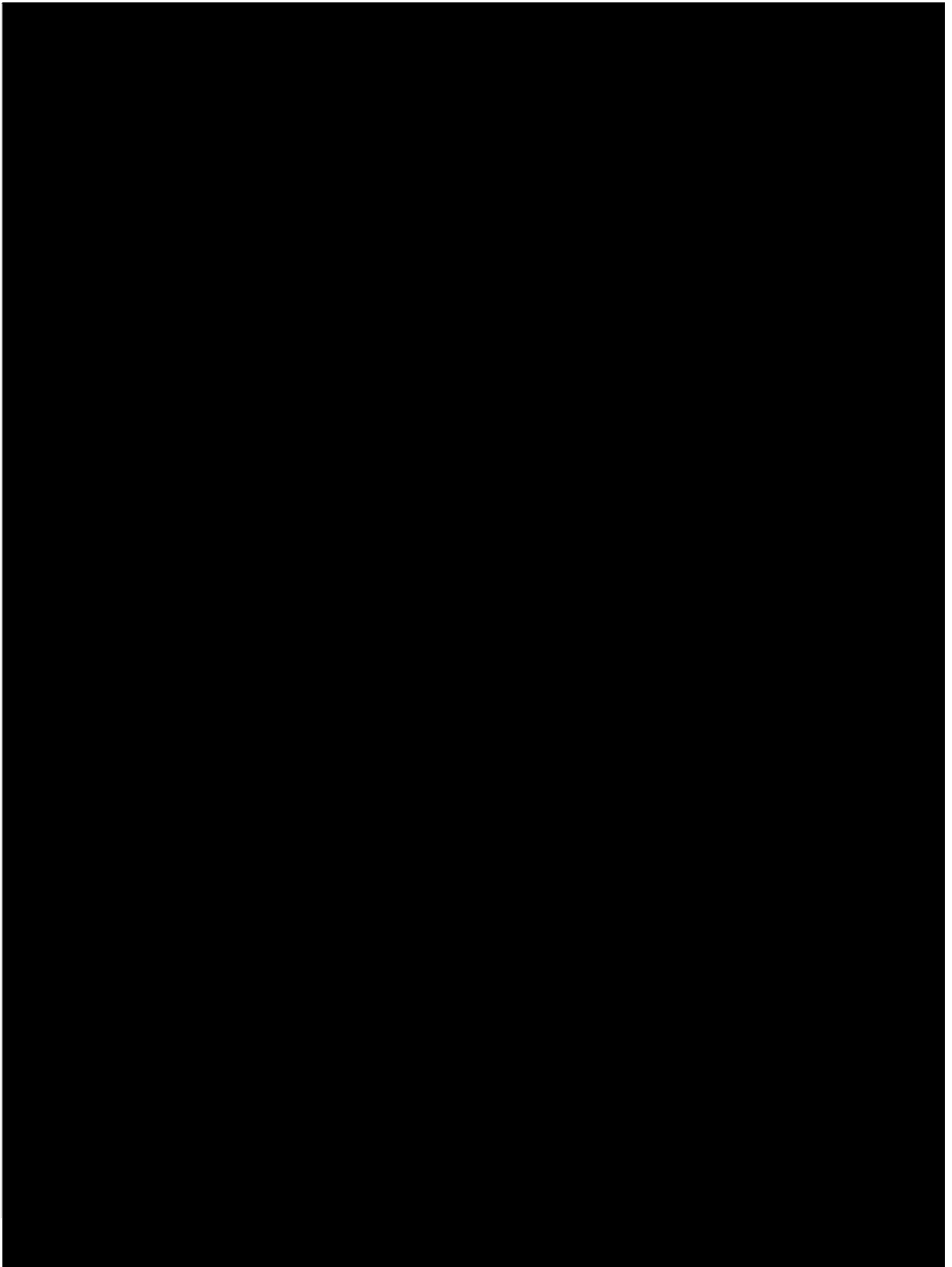
Anexo D. Cuestionario dirigido a profesionales de la Comunicación de La Rioja

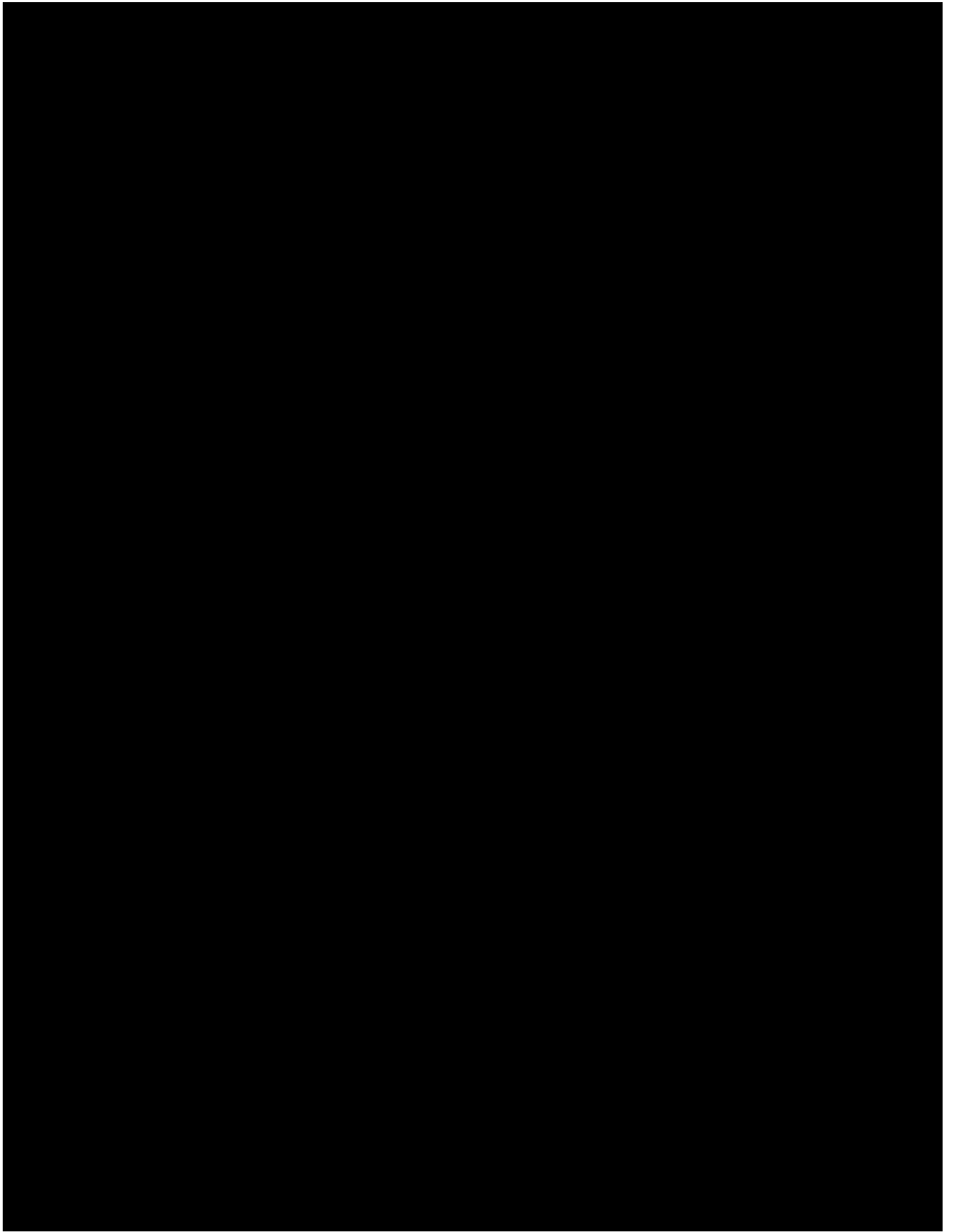
Pregunta	Objetivo
1. ¿Está familiarizado con la narrativa transmedia? ¿Ha participado en la producción, coordinación o realización de alguna pieza dirigida a formar parte de alguna?	Explorar experiencia previa del entrevistado en la transmedialidad.
2. ¿Ha realizado/coordinado en algún momento piezas para uno o varios medios, relacionadas o dirigidas a proyectos de divulgación científica? ¿Cuáles?	Explorar la experiencia previa del entrevistado en la divulgación científica, en general.
3. Si la respuesta anterior fuera afirmativa: ¿alguna de ellas incluía ficcionalización de contenidos?	Valorar la experiencia para crear entornos y piezas de ficción basadas en entornos reales.
4. Como profesional de la comunicación, ¿tiene conocimiento de la casuística de las emergencias extrahospitalarias en la Comunidad Autónoma de La Rioja?	Valorar conocimientos previos, por parte del profesional, de la realidad a tratar en la narrativa transmedia propuesta.
5. ¿Qué tipo de piezas periodísticas consideraría más adecuadas o apropiadas, para la transmisión de contenidos(a la población general, relacionados con qué hacer y qué no hacer en las siguientes situaciones?: A. Incendio de vivienda B. Incendio rural C. Accidentes de tráfico en vehículo en carretera D. Accidente de tráfico fuera de vía E. Accidente de tráfico con peatones en entorno urbano F. Atención inicial a una PCR G. Convulsiones y disminución de nivel de consciencia H. Atragantamiento y ahogamiento I. Dolor torácico J. Inundación con víctimas K. Accidente con riesgo químico y biológico L. Heridas con arma blanca M. Heridas con arma de fuego N. Llamada por cualquier motivo a centro coordinador de emergencias	Proponer piezas audiovisuales y componentes tipo en casos propuestos.
6. ¿Tiene conocimiento de la existencia de proyectos de divulgación, específicamente relacionados con la formación a primeros intervinientes potenciales no profesionales, en emergencias extrahospitalarias en La Rioja? En caso afirmativo, ¿están coordinados con algún servicio profesional de asistencia a la emergencia en La Rioja?	Testar el nivel de participación de los medios y los profesionales de la comunicación riojanos en los proyectos de divulgación que se realizan.
7. ¿Considera suficientes esos proyectos para alcanzar a toda la población riojana?	Testar si dichos proyectos divulgativos utilizan herramientas del ámbito de la Comunicación actuales.
8. ¿Considera que la capacidad docente de los profesionales de las instituciones de la emergencia extrahospitalaria en La Rioja es suficiente para transmitir a la población general qué hacer y qué no hacer en los escenarios de emergencia que ha nombrado anteriormente? (no solo por validez pedagógica/comunicativa, sino también por logística)	Valorar la percepción respecto a la propia capacidad de divulgación en relación a consejos proporcionados por profesionales de otros ámbitos.

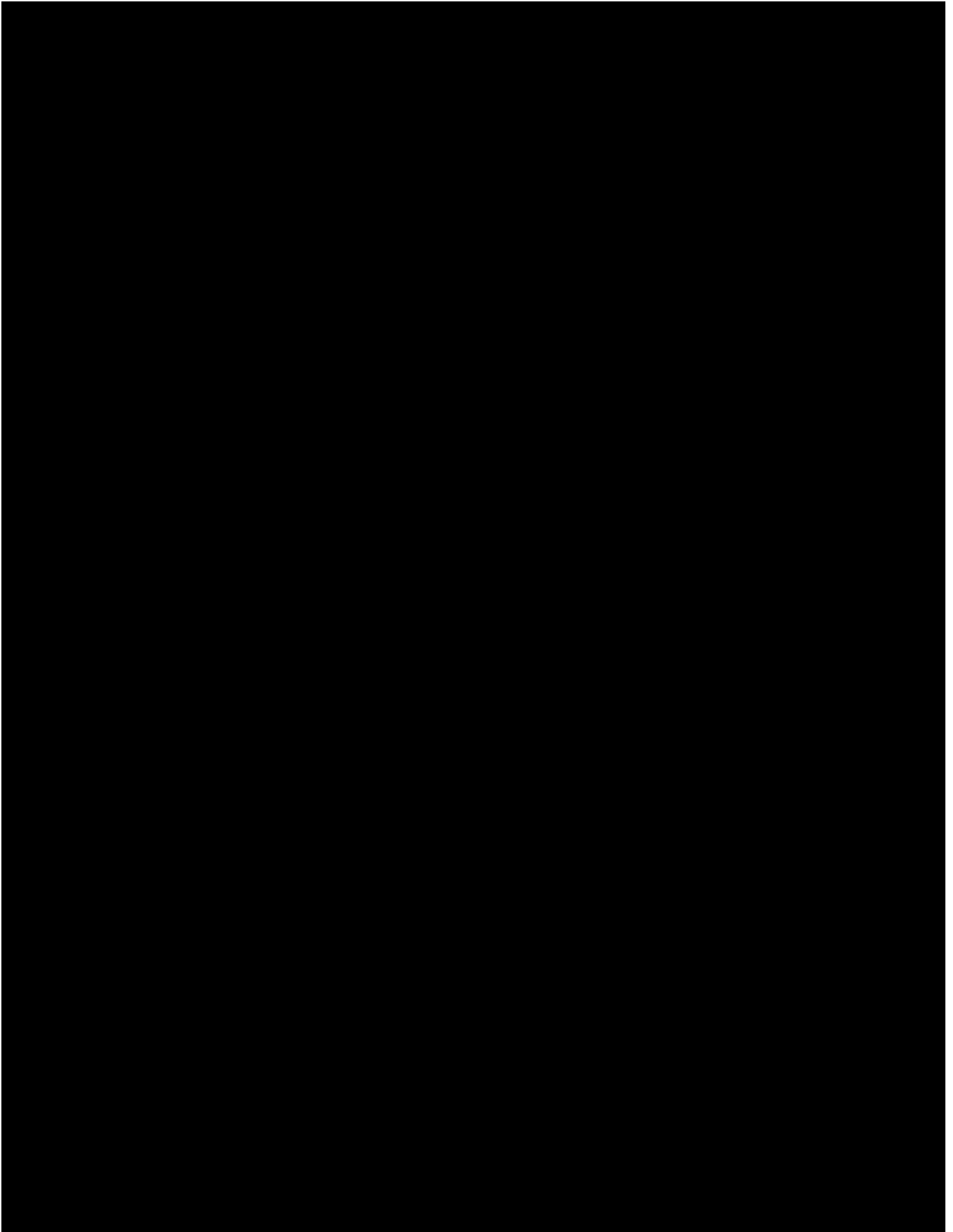
Pregunta	Objetivo
9. ¿Qué papel tendrían los profesionales de la comunicación para colaborar en lo anterior?	Explorar las competencias atribuidas a los profesionales de la comunicación en la competencia anterior.
10. ¿Considera que instituciones de la emergencia y los medios de comunicación deberían incluir entre sus objetivos/obligaciones la formación/divulgación de contenidos a los primeros intervinientes potenciales ante situaciones cotidianas de emergencias potenciales?	Valorar posibilidad de colaboración prospectiva.
11. ¿Cree que los medios deberían tener como obligación o responsabilidad la colaboración con las instituciones implicadas en la emergencia extrahospitalaria para la elaboración de piezas orientadas a la divulgación a la población general (en términos de primer interviniente potencial)?	Valorar posibilidad de colaboración prospectiva.
12. Si la respuesta fuera afirmativa: ¿bastaría con comunicarse con los gabinetes de prensa? ¿Propondría alguna otra forma de coordinarlo?	Valorar percepción respecto a la propia capacidad de divulgación profesional en el ámbito de la compleja competencia de la emergencia.
13. ¿En qué tipo de piezas de una transmedia, en su opinión, sería pertinente la presencia activa de un profesional de la emergencia y en cuáles no?	Valorar posibilidad de colaboración prospectiva
14. ¿Tiene conocimiento de herramientas para la medición del impacto en las audiencias de la divulgación de los contenidos propuestos a través de su medio?	Conocer la existencia de posibles indicadores para medir el impacto de las diferentes piezas propuestas.
15. ¿Colaboraría como asesor especializado en la elaboración de un proyecto de divulgación, donde las instituciones de la emergencia decidieran qué transmitir y el profesional de la comunicación decidiera cómo transmitirlo (con qué recursos y por qué medios)?	Valorar posibilidad de colaboración prospectiva.
16. ¿Recomienda a algún compañero del mundo de la comunicación, con ejercicio en La Rioja, y que pudiera colaborar en este proyecto?	Conseguir nuevos colaboradores mediante sondeo por bola de nieve.

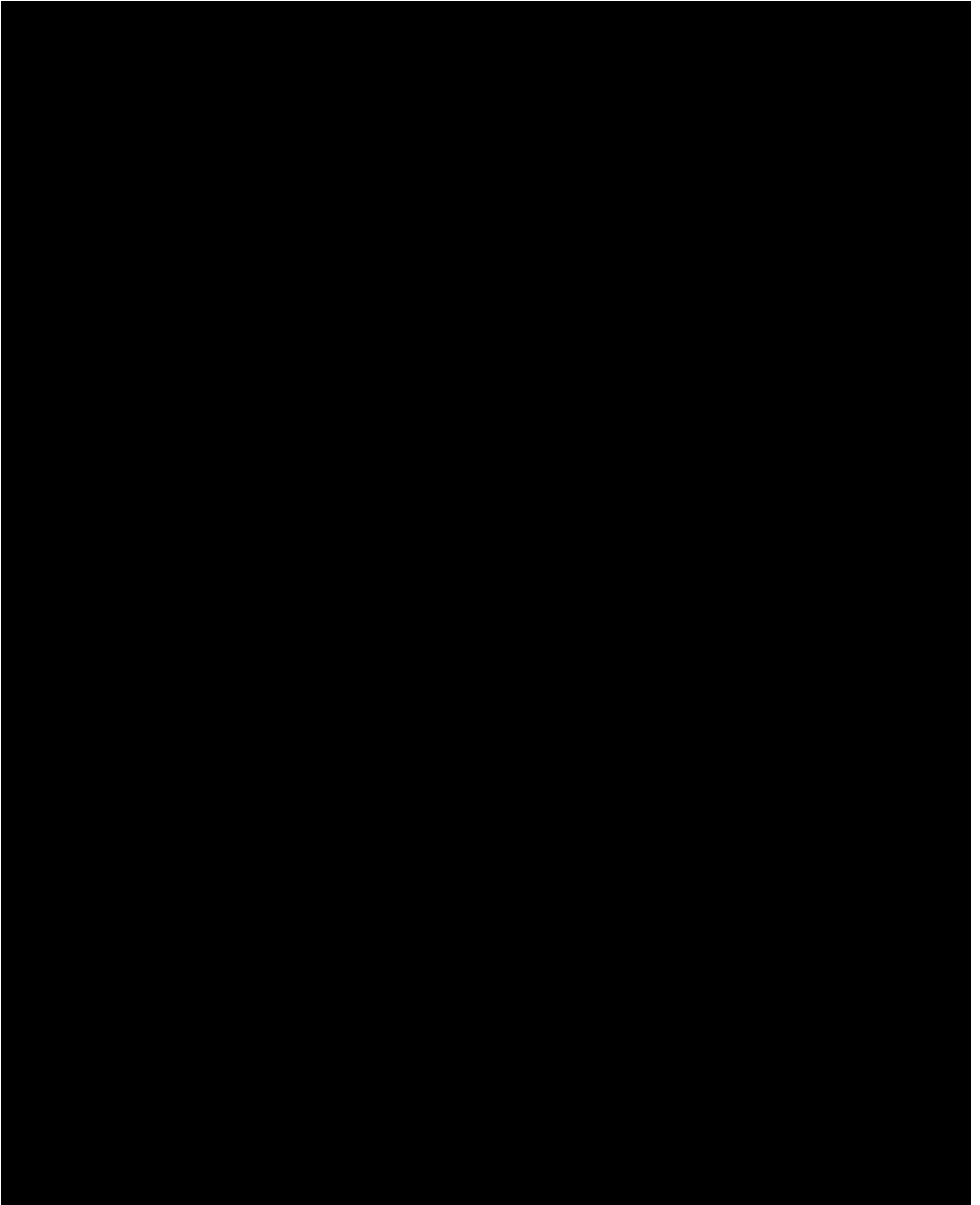
Anexo E. Modelo de consentimiento informado y firmas de los profesionales de la Comunicación entrevistados

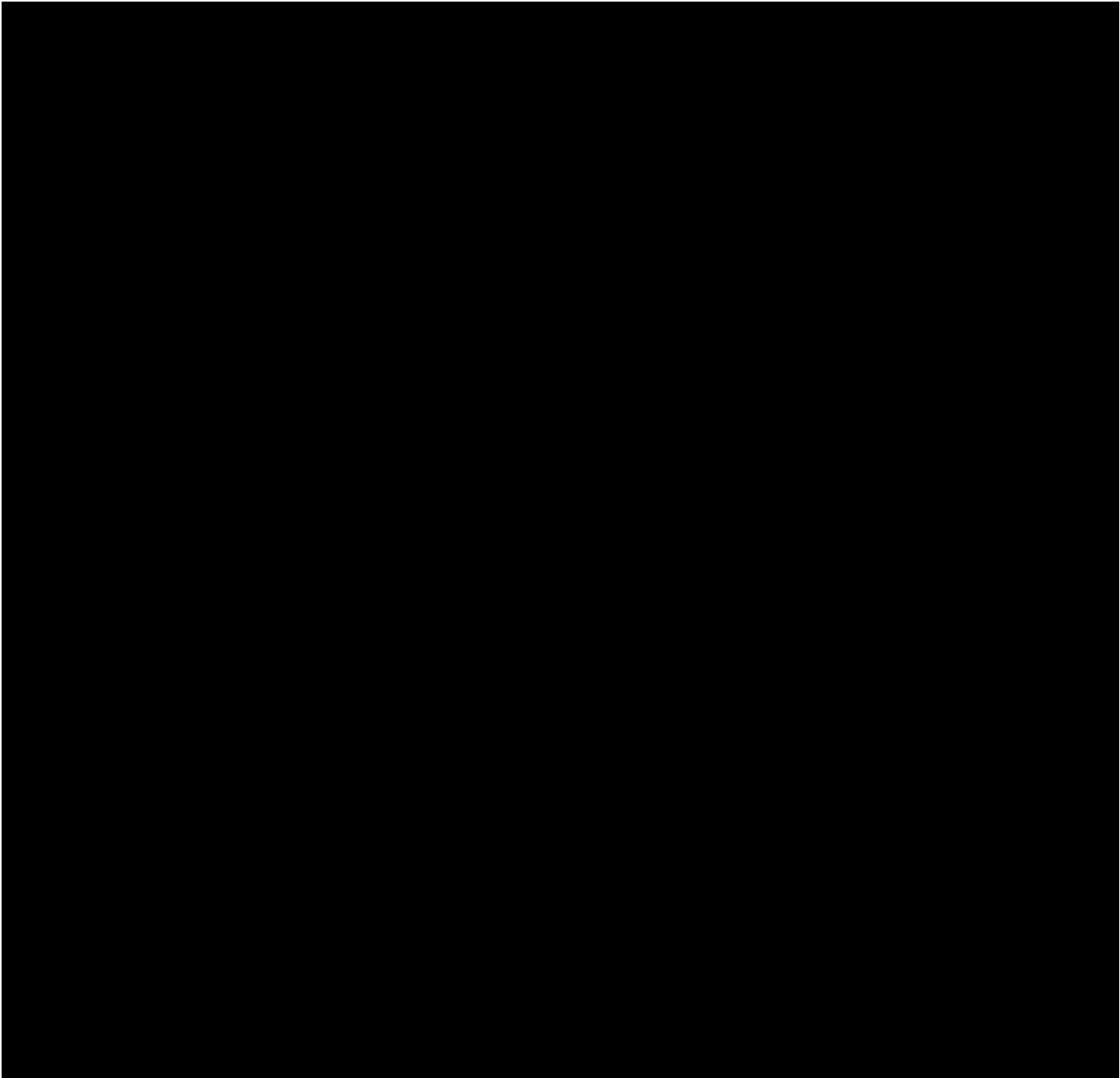












Anexo F. Ejemplos de contenido dirigido al ciudadano en las páginas web de instituciones profesionales de la emergencia

Capturas de pantalla de las secciones “¿Qué hacer ante una emergencia?” y “¿Qué hacer en situaciones de emergencia”, de la web de la Junta de Andalucía¹

The image displays two screenshots from the official website of the Junta de Andalucía, specifically the emergency services section. The left screenshot shows the page titled "¿Qué hacer ante una emergencia?". It features a navigation bar with the Junta de Andalucía logo and various menu items like "Acción de Gobierno", "Interior", "Acción exterior", "Más temas", "La consejería", "Servicios", and "Buscar". Below the navigation, there's a breadcrumb trail: "Inicio > Temas > Interior > Emergencias y protección civil. 112 > Autoprotección y recomendaciones". The main content area starts with the heading "¿Qué hacer ante una emergencia?". Underneath, it asks "¿Qué puedes hacer ante una situación de emergencia?" and provides a list of practical advice, such as staying calm, having a fire extinguisher, and knowing the location of exits. It also includes a section for "¿Qué ha ocurrido?" and "¿Dónde ha ocurrido?". The right screenshot shows the page titled "¿Qué hacer en situaciones de emergencia". It has a similar navigation bar and breadcrumb trail. The main heading is "¿Qué hacer en situaciones de emergencia". Below this, it explains the "Teléfono de Emergencias 112" and lists various services provided, including medical, fire, and police. There's a section titled "Qué hacer ante una situación de emergencia" with a numbered list of actions to take. At the bottom, it details "Cómo funciona el servicio de emergencias 112", explaining the process from the initial call to the dispatch of emergency services.

Fuente: página web de la Junta de Andalucía. Recuperado de

<https://www.juntadeandalucia.es/temas/seguridad/emergencias/que-hacer.html#toc-qu-hacer-ante-una-situacion-de-emergencia> y

<https://www.juntadeandalucia.es/organismos/presidenciainteriordialogosocialysimplificacionadministrativa/areas/interior/emergencias-112/recomendaciones/paginas/como-actuar-recomendaciones.html> el día 11 de junio de 2024

¹ Nótese la duplicación y redundancia de contenidos, dispersos entre diferentes páginas del mismo *site*.

Capturas de pantalla de la sección “Servicio al ciudadano”, con consejos de la Guardia Civil²

The screenshot shows the Guardia Civil website interface. At the top, there is a navigation bar with the Guardia Civil logo and the text 'Castellano | Catalán | Inglés | Gallego | Vasco'. Below this is a menu with 'Servicios', 'Información Institucional', 'Colaboración Ciudadana', and 'Gabinete de prensa'. The main content area is titled 'SERVICIO AL CIUDADANO' and contains a sidebar with 'SERVICIOS AL CIUDADANO' and a main section for 'Consejos de seguridad'. The 'Consejos de seguridad' section includes a disclaimer and a list of safety tips, accompanied by an image of a Guardia Civil officer in uniform pointing towards a group of people in a public space.

Web Oficial de la Guardia Civil > Servicios al Ciudadano > Consejos de seguridad

Consejos de seguridad

El contenido de esta sección ha sido elaborado por la Guardia Civil, no obstante los consejos no tienen carácter vinculante alguno, son simplemente unas recomendaciones sobre diferentes contextos y situaciones.

- En Internet
- En los viajes por carretera
- En el mar
- En la montaña
- En caso de amenaza de bomba
- En los malos tratos
- En drogas
- Al reconocer a un delincuente
- Para no ser víctima de una estafa
- Para proteger el Medio Ambiente
- Para los turistas
- Para la prevención de robos en domicilios
- Para los mayores.

Actuación en caso de presentar un accidente de carretera

- No se precipite en acudir en auxilio de los vehículos siniestrados. Lo primero es avisar a los demás automovilistas que circulan por la vía para evitar que aumente el número de involucrados. Mantenga la calma, piense en su seguridad y la de los demás usuarios.
- Avise a la Guardia Civil (teléfono 062) o en su caso al Cuerpo de Seguridad competente en la zona, y a los servicios sanitarios de urgencia, llamando al teléfono 112.
- Cierre el contacto de los vehículos accidentados. No toque la palanca de cambio.
- Al atender a los heridos. No mueva a aquellos que estén atrapados. Tampoco es conveniente mover a los que estén inconscientes. Es preferible esperar a que acudan los servicios sanitarios. Aplique las técnicas de los primeros auxilios sólo cuando las conozca bien.
- No mueva los vehículos siniestrados.
- Tome nota de cualquier vehículo involucrado que abandone el lugar del siniestro.
- Facilite todos los datos que haya obtenido a los agentes de tráfico cuando se personen.
- Colabore con los agentes de tráfico y con los servicios sanitarios

Subir

² Nótese en los ejemplos la abundancia textual, la escasa interactividad que ofrece la plataforma y la difícil navegabilidad.

› Consejos para la práctica del barranquismo

Desde la década de los 90 la práctica del barranquismo en España ha tenido un notable auge, siendo actualmente unas de las actividades más practicadas en época estival y que más accidentes provoca, la mayor parte de las veces debido a que no se toman una serie de precauciones básicas.

Un barranco no es un parque acuático con todas las medidas de seguridad exigidas a la empresa explotadora y éstas las debemos de aplicar nosotros mismos para evitar accidentes.

- Es fundamental contar con una **predicción meteorológica** fiable para evitar crecidas inesperadas.
- Lleva contigo siempre **una reseña del barranco e identifica correctamente las vías de escape** para caso de accidente o crecidas.
- En el caso de que existan presas de contención de agua en la parte superior del barranco infórmate de las horas de apertura.
- **En los barrancos no suele existir cobertura de móvil** con lo que la máxima de que el grupo no debe de estar compuesto por menos de tres personas es fundamental. Mientras uno acompaña y auxilia al herido en caso de accidente otro sale a dar la voz de alarma.
- **Utiliza ropa isotérmica** (neopreno) y lleva siempre contigo la parte superior del traje incluso en verano. En el agua siempre la llevaremos puesta para evitar un descenso de la temperatura corporal y las abrasiones que provoca la roca.
- **Lleva calzado adecuado**, saca, casco, arnés, cabos de anclaje y descensor además de navaja y silbato. En un bidón estanco llevaremos el teléfono móvil con la pila cargada al máximo y una manta térmica.
- **Llevaremos tres cuerdas** que tendrán como mínimo un largo igual al del rápel más largo que tenga el barranco. Una de ellas nos servirá de cuerda auxiliar para casos de emergencia y la llevaremos en la saca.
- **Comprobar los puntos de anclaje antes de rapelar**. Si es principio de temporada o el barranco está muy poco transitado es conveniente llevar un burlador y spits con chapas por si hay que reforzar alguna instalación o sustituir anclajes deteriorados.
- **No saltar a pozas de agua sin asegurarse de que no hay obstáculos o corrientes peligrosas**. Para ello el primero siempre debe rapelar y comprobar las condiciones de la poza.
- **Establecer un código de señales** entre los miembros del grupo para comunicarse entre el ruido que se forma con la corriente de agua.

› Consejos en caso de accidente

Si a pesar de todos estos consejos, **finalmente se produce un accidente**, es importante cuando se da aviso al Grupo de Rescate comunicar los siguientes datos:

- ¿Qué ha ocurrido?
- ¿Cuándo ha ocurrido?
- ¿Dónde ha ocurrido?
- Estado en que se encuentra la víctima
- Localización lo más exacta posible del lugar.
- Meteorología de la zona.
- Personal disponible para ayudar al Grupo de Rescate.
- Material de que se dispone.
- Facilita todos los teléfonos del personal que se encuentra con la víctima para contactar.

Resguarda a la víctima y proporciónale los primeros auxilios.

Si se va a hacer uso del helicóptero, limpia la zona de objetos que puedan salir volando y engancharse al rotor, el material que llevamos con nosotros, bien sean esquíes, bastones, cuerdas, mochilas, etc... debe de estar en todo momento a nuestro alcance, sujeto y ordenado.

Si no estás seguro pero quieres realizar la actividad contrata a un guía profesional

Fuente: página web oficial de la Guardia Civil. Recuperado de <https://www.guardiacivil.es/es/servicios/consejos/index.html>, <https://www.guardiacivil.es/es/servicios/consejos/carretera.html> y <https://www.guardiacivil.es/es/servicios/consejos/montana.html> el 11 de junio de 2024

Captura de pantalla de la página web de Protección Civil, con consejos para situaciones de emergencias por frío intenso o nevadas

Frío intenso o nevadas

Autoprotección | Incendios forestales | **Meteorológicos** | Geológicos | Hidrológicos | Otros | Tecnológicos

Tanto las bajas temperaturas como la nieve se producen por un enfriamiento importante del aire o una invasión de aire muy frío sobre una zona extensa. Las temperaturas alcanzadas durante una ola de frío se sitúan dentro de los valores mínimos extremos.

La **helada** consiste en una congelación directa de la humedad del suelo. No es un fenómeno estrictamente meteorológico porque no se forma en la atmósfera, pero está directamente relacionado con la temperatura que será determinante.

Se han definido unos umbrales en función de las características climatológicas de las diferentes zonas de nuestro país, siguiendo criterios climatológicos cercanos al concepto de "poco o muy poco frecuente" y de su adversidad.

En función de los umbrales definidos se han establecido 4 niveles de aviso (verde, amarillo, naranja y rojo), dependiendo de si el fenómeno puede suponer una amenaza para la población.

Dadas las características de este fenómeno, el Plan Nacional de Predicción y Vigilancia de Fenómenos Meteorológicos Adversos establece que se elaborarán Boletines de Aviso "especiales".

En el mapa aparecen los umbrales de temperatura mínima y niveles de aviso definidos por la AEMET.

UMBRALES DE TEMPERATURA MÍNIMA
UMBRALES DE TEMPERATURA MÍNIMA (°C) POR ZONAS PROVINCIALES SEGÚN LOS COLORES ASIGNADOS EN EL MAPA, CORRESPONDIENTE A LOS NIVELES: AMARILLO | NARANJA | ROJO

Umbrales de temperatura mínima (°C)

- 10 - 14,9
- 15 - 19,9
- 20 - 24,9

Por su parte, la **nieve** es una precipitación en forma de estrellas hexagonales de hielo cristalizado que se sueldan entre sí formando los copos.

Según su intensidad, las nevadas se clasifican en:

- **Débiles** (el espesor aumenta hasta 0,5cm/hora)
- **Moderadas** (el espesor aumenta hasta 4 cm/hora) y
- **Fuertes** (el espesor aumenta más de 4 cm/hora).

El origen de la nieve está en aquellas nubes en las que existen cristales de hielo sobre los que el vapor de agua se deposita en estado sólido, lo que les hace crecer de tamaño. En su caída, si las temperaturas que se encuentran son inferiores a 0°C, se unen varios de ellos formando los copos de nieve.

Es frecuente que a las nevadas les acompañen **heladas**, lo que origina que el manto nevoso sea especialmente peligroso para la circulación en carreteras y el desplazamiento de las personas.

En el Plan Nacional de Predicción y Vigilancia de Fenómenos Meteorológicos Adversos se considera que pueden suponer un riesgo meteorológico a partir del concepto de nevadas moderadas y bajo esta idea se establecen los umbrales para las diferentes zonas del país.

UMBRALES DE NIEVE ACUMULADA EN 24 HORAS (cm) POR ZONAS PROVINCIALES SEGÚN LOS COLORES ASIGNADOS EN EL MAPA, CORRESPONDIENTE A LOS NIVELES: AMARILLO | NARANJA | ROJO

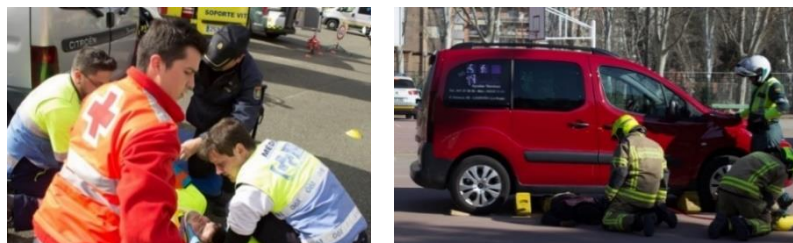
Umbrales de nieve acumulada en 24 horas (cm)

- 20-29
- 30-39

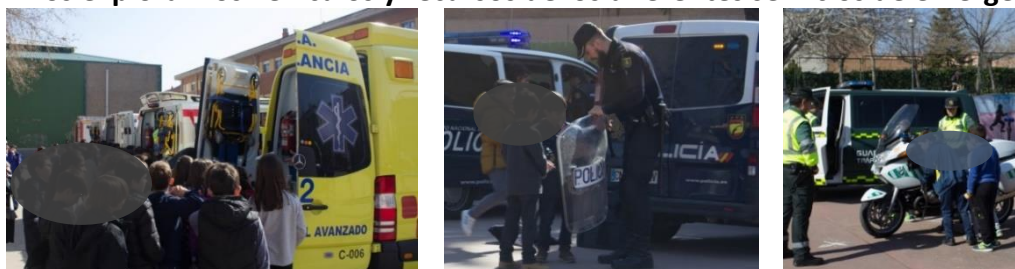
Fuente: página web oficial de Protección Civil. Recuperado de <https://www.proteccioncivil.es/coordinacion/gestion-de-riesgos/meteorologicos/frío-intenso-nevadas#idzonaruralfrío> el día 11 de junio de 2024

Anexo G. Fotografías de jornadas en centros educativos riojanos, impartidas por profesionales de la emergencia³

Efectivos de emergencias (061, Cruz Roja, Guardia Civil, Policía Nacional y CEIS Rioja) realizan simulacros conjuntos en diferentes jornadas educativas multidisciplinares sobre emergencias, en varios colegios de La Rioja.



Los alumnos exploran los vehículos y recursos de los diferentes servicios de emergencias



Diferentes profesionales de la emergencia muestran a los alumnos contenidos específicos, en el ámbito de sus respectivas competencias, en un colegio de Logroño



³ Fotografías propias. Se han ocultado los rostros infantiles reconocibles, con el fin de preservar la protección de la identidad de los menores, en cumplimiento de la Ley Orgánica 1/1982 de Protección Civil de Derecho al honor, a la intimidad personal y familiar y a la propia imagen, de la Ley Orgánica 1/1996 de Protección al menor y del Reglamento de Protección de Datos (RGPD), de la Ley Orgánica de Protección de Datos y Garantías de Derechos Digitales (LOPDGDD), vigente desde 2018 y de la Ley Orgánica 8/2021 de Protección Integral a la Infancia y a la Adolescencia frente a la Violencia.

Bomberos de CEIS Rioja imparten sesiones de formación a cursos de primaria, incluyendo el teatro de guiñoles de “el bombero Baldomero”, en los colegios riojanos



Anexo H. Esquema del programa radiofónico “La tramoya de emergencias”, de elaboración propia

Emisora	<i>Nombre:</i>	Sin especificar.
	<i>Línea ideológica:</i>	Diversa. No precisa línea ideológica específica.
	<i>Estilo:</i>	Divulgativo, innovador, formativo y temático.
Audiencia	<i>Segmentación por edad:</i>	25-65 años.
	<i>Segmentación geográfica:</i>	Zona urbana.
	<i>Segmentación demográfica:</i>	Estudiantes, trabajadores (especialmente del sector terciario) y población general interesada en la emergencia y todas sus vertientes.
	<i>Segmentación psicográfica:</i>	Información sobre riesgos cotidianos y afrontamiento de diferentes tipos de emergencia extrahospitalaria.
Marco temporal	<i>Tramo horario:</i>	Tarde (19,00-19,45).
	<i>Día de la semana:</i>	Laborables, de lunes a viernes.
	<i>Periodicidad:</i>	Diaria.
	<i>Tiempo de emisión:</i>	45 minutos.
Objetivos	<i>Objetivo genérico:</i>	Entretener y formar.
	<i>Objetivo específico:</i>	Ofrecer a la audiencia información, divulgación y formación relacionada con el mundo de la emergencia, mediante exposición de anécdotas, casos reales, ficciones, entrevistas, hechos históricos y simulaciones. Todo ello, con el objetivo primordial de entretener al público.
Sinopsis	De forma súbita e inesperada, cae una fachada ante tus ojos, sepultando a varias personas; u oyes una explosión y tus oídos zumban; o presencias un accidente de tráfico; o una persona se desploma frente a ti... ¿Qué debemos hacer y qué no? ¿Cómo se organiza la asistencia profesional después de tu intervención? ¿Qué aprendimos de casos anteriores? ¿Serás tú el próximo protagonista?	
Nombre	La tramoya de la emergencia.	
Número de programas	20 episodios temáticos.	
Definición del tipo de programa	Programa diferido, con reportajes seriadados de entretenimiento y formación, especializado en divulgar qué hacer y qué no a primeros intervinientes potenciales en situaciones de emergencia. Consta de cuatro partes diferenciadas: ficcionalización de un escenario (relato y ambientación de un caso real), entrevista a profesionales con reflexión genérica sobre el caso propuesto, testimonios de víctimas en escenarios similares y final alternativo con conclusiones de la ficción presentada.	

Principales datos de viabilidad del proyecto	Ausencia de un programa de estas características en el mercado. Constatación de la necesidad ciudadana de formación e información práctica. Curiosidad existente entre la audiencia general en relación a esta temática. Abordaje divulgativo, con énfasis en situaciones cotidianas y frecuentes, con participación de profesionales de diversos ámbitos (sanidad, fuerzas y cuerpos de seguridad del Estado, teleoperadores de 112, coordinadores, médicos de 061, etc.). Adecuación a la audiencia global en ese tramo horario, característico de la vuelta común del trabajo al hogar.
Entidades colaboradoras y posibles anunciantes⁴	Instituciones públicas del ámbito de la emergencia extrahospitalaria (CEIS Rioja, Gobierno de La Rioja, 061 La Rioja, 112, Guardia Civil, Policía Nacional...), empresas relacionadas con la logística en emergencias (<i>Littmann, Protec Solana S.L., Laerdal Medical, Gore-Tex</i>) e instituciones universitarias (UNIR).

Fuente: elaboración propia.

⁴ Se reflejan entidades que podrían ser colaboradoras por su relación con el ámbito de estudio del presente proyecto. No ha sido demandada oficialmente aún la colaboración fáctica de dichas entidades nombradas, pues dicha acción requiere la realización práctica de las piezas, así como procedimientos administrativos que escapen al objetivo de este trabajo, y dicha solicitud se relaciona con la prospectiva del presente TFG.