

**FICHA IDENTIFICATIVA****Datos de la Asignatura**

<b>Código</b>	33411
<b>Nombre</b>	Comunicación Interactiva
<b>Ciclo</b>	Grado
<b>Créditos ECTS</b>	6.0
<b>Curso académico</b>	2020 - 2021

**Titulación(es)**

<b>Titulación</b>	<b>Centro</b>	<b>Curso</b>	<b>Periodo</b>
1301 - Grado Comunicación Audiovisual	Facultad de Filología, Traducción y Comunicación	3	Primer cuatrimestre

**Materias**

<b>Titulación</b>	<b>Materia</b>	<b>Caracter</b>
1301 - Grado Comunicación Audiovisual	8 - Teoría e historia de los medios audiovisuales y nuevos soportes multimedia	Obligatoria

**Coordinación**

<b>Nombre</b>	<b>Departamento</b>
MESTRE PEREZ, ROSANNA	340 - Teoría de los Lenguajes y Ciencias de la Comunicación

**RESUMEN**

Comunicación Interactiva ofrece una introducción general a las particularidades de la comunicación mediada por ordenador (también denominada comunicación digital, hipertextual o hipermedia). En esta asignatura se estudian los rasgos, el funcionamiento, las posibilidades expresivas y las repercusiones sociales más relevantes de una forma de comunicación que tiene como principal rasgo característico la organización de la información a través de hiperenlaces. El estudio se realiza tanto desde una aproximación teórica como práctica, de manera que la descripción de conceptos se complementa con el análisis crítico y la experiencia práctica de creación de contenidos interactivos.



## CONOCIMIENTOS PREVIOS

### Relación con otras asignaturas de la misma titulación

No se han especificado restricciones de matrícula con otras asignaturas del plan de estudios.

### Otros tipos de requisitos

Sin requisitos previos.

## COMPETENCIAS

## RESULTADOS DE APRENDIZAJE

- Capacidad para analizar de forma crítica y razonada la información, para estructurar e integrar adecuadamente las ideas y conocimientos provenientes de diferentes ámbitos.
- Comunicar de forma efectiva, tanto por escrito como oralmente, conocimientos, procedimientos, resultados e ideas relacionadas con los sistemas y productos multimedia.
- Considerar el contexto económico y social en las soluciones de ingeniería, siendo consciente de la diversidad y la multiculturalidad, y garantizando las sostenibilidad y el respeto a los derechos humanos y a la igualdad hombre-mujer.
- Capacidad de integrarse dentro de grupos de trabajo y colaborar en entornos multidisciplinares, siendo capaz de comunicarse con adecuadamente con profesionales de todos los ámbitos.
- Capacidad para liderar adecuadamente grupos de trabajo.
- Capacidad de organización y planificación.
- Capacidad de adaptación a los cambios organizativos y tecnológicos.
- Poseer conocimiento y capacidad de comprensión de hechos esenciales, conceptos, principios y teorías relativas a los sistemas multimedia incluyendo todas las disciplinas que estos sistemas abarcan.
- Versatilidad para adaptarse a la rapidez de cambio de las tecnologías en el campo de la multimedia siendo capaz de ubicarlas en el cuerpo teórico adecuado.
- Conocimiento y capacidad para aplicar recursos, elementos, métodos y procedimientos de los procesos de construcción y análisis de los relatos audiovisuales tanto lineales como no lineales, incluyendo el diseño, establecimiento y desarrollo de estrategias.



## DESCRIPCIÓN DE CONTENIDOS

### 1. Introducción

- 1.1. Origen y modelos históricos
- 1.2. Precedentes conceptuales

Introducción a los conceptos básicos de la comunicación digital interactiva desde una perspectiva comunicativa. Origen y evolución de los principales modelos de formatos interactivos.

Distribución temporal: 1 semana

### 2. Social Media

- 2.1. Web 2.0
- 2.2. Weblogs
- 2.3. Web 3.0 i 4.0

Introducció a les peculiaritats de la cultura col·laborativa, participativa i de compartició afavorida per lextensió en lús del programari social a través dinternet. Identificació de les principals característiques dalguns models clau de comunicació interactiva. Tendències actuals en la web: web semàntica, geolocalització, data mining, big data Creació de continguts amb ferramentes interactives.

Distribució temporal: 3 setmanes

### 3. Creatividad y narración interactivas

- 3.1. Narrativa digital
- 3.2. Videojuegos
- 3.3. Webdoc

Introducción a tres formas de expresión interactiva con finalidad estética y de carácter narrativo como son la narrativa interactiva, los videojuegos y el documental interactivo. Estudio de algunos rasgos constitutivos relevantes: principales modelos, estructuras multilineales de lectura, etc. Introducción a la ludología y la gamificación. Análisis de casos.

Distribución temporal: 4 semanas

### 4. Convergencia mediática

- 4.1. Nuevos modelos de explotación comercial
- 4.2. Convergencia digital y audiovisual en la red
- 4.3. Publicidad interactiva y marketing digital

Introducción a las principales transformaciones ocurridas en la cadena de valor (producción, distribución, exhibición y consumo) de la industria cultural en el actual entorno de la sociedad digital. Descripción y análisis de los nuevos modelos de explotación comercial. Peculiaridades de la publicidad interactiva y el marketing digital. Estudio de casos.

Distribución temporal: 4 semanas



## 5. TIC y movimientos sociales

5.1. Movimientos políticos en la red

5.2. Ciberactivismo

Introducción al uso de las tecnologías de la información y la comunicación (TIC) por algunos agentes políticos y sociales. Usos, funciones, estrategias y recursos empleados. El audiovisual en internet al servicio del compromiso sociopolítico. Estudio de casos.

Distribución temporal: 2 semanas

## VOLUMEN DE TRABAJO

ACTIVIDAD	Horas	% Presencial
Prácticas en aula informática	60,00	100
Elaboración de trabajos en grupo	50,00	0
Estudio y trabajo autónomo	20,00	0
Lecturas de material complementario	20,00	0
<b>TOTAL</b>	<b>150,00</b>	

## METODOLOGÍA DOCENTE

La asignatura *Comunicación interactiva* incluye las siguientes actividades formativas y su distribución se atiene a los porcentajes que es detallan a continuación:

1. Actividades de carácter presencial (40 % del tiempo):

1.1. Clase magistral: centrada en la introducción general de la materia y las necesarias acotaciones metodológicas con la finalidad de:

-Proporcionar una visión general de los contenidos, las competencias y las destrezas que se pretende adquirir, así como la adquisición de las delimitaciones conceptuales más relevantes y necesarias.

- Aportar las orientaciones pertinentes con respecto al tratamiento de los textos propuestos para su lectura individual, análisis y estudio crítico.

- Marcar las pautas para realizar los trabajos prácticos por lo que respecta a la metodología y técnicas de estudio e investigación, así como la adquisición de competencias profesionales específicas.

1.2. Tutoría individual y en grupo con la finalidad de realizar las consultas, ofrecer indicaciones y resolver dudas de carácter teórico y metodológico con respecto a la materia.



1.3. Presentació oral per part dels grups de treball dels principals resultats elaborats col·lectivament.

1. Actividades de carácter presencial-trabajo autónomo del estudiante (60% del tiempo):

2.1. Búsqueda, consulta y estudio de la bibliografía necesaria para su trabajo en grupo por parte del alumnado.

2.2. Desarrollo de las diferentes fases del trabajo en grupo, siguiendo las pautas y periodización establecidas.

2.3. Preparación de la exposición del trabajo práctico en el aula.

2.4. Preparación de las pruebas parciales (en 1ª convocatoria) o de la prueba final (en 2ª convocatoria).

El uso de la plataforma digital Aula Virtual complementará la comunicación presencial. A través de la plataforma la profesora distribuirá algunos materiales de apoyo, los descriptores y plazos de las prácticas, etc. Los estudiantes también usarán la plataforma para entregar las prácticas realizadas en el formato y plazos determinados.

Es responsabilidad del estudiantado estar en el día del trabajo presencial en el aula y de la información que se aporta o requiere a través de Aula Virtual o por el correo electrónico de la Universitat de València. Este último es el único que se considera válido para la comunicación académica estudiando-profesora.

## EVALUACIÓN

La evaluación de *Comunicación interactiva* responde a los siguientes apartados:

1. Trabajo teórico: 30%.

-Pruebas escritas parciales, de carácter presencial, sobre las cuestiones teórico-prácticas tratadas en cada tema (1ª convocatoria) o prueba escrita final, de carácter presencial, sobre las cuestiones teórico-prácticas tratadas en el curso (2ª convocatoria)

2. Trabajo práctico: 70%



- Prácticas colaborativas: 15%
- Creación y mantenimiento de un blog grupal: 40%
  - Presentación oral en grupo del trabajo realizado con el blog: 10%
  - Evaluación de las presentaciones de los otros grupos: 5%

Para aprobar la asignatura *Comunicación interactiva* es imprescindible aprobar el trabajo teórico.

## REFERENCIAS

### Básicas

- ÁLVAREZ MONZONCILLO, J. M. (2011): La televisión etiquetada: nuevas audiencias, nuevos negocios. Madrid: Ariel.
- CARLÓN, M. y SCOLARI, C. (eds.) (2009): El fin de los medios masivos. El comienzo de un debate. Buenos Aires: La Crujía.
- CASACUBERTA, D. (2003): Creación colectiva. Barcelona: Gedisa.
- CEREZO, J. M. (dir.) (2006): La blogosfera hispana: pioneros de la cultura digital. Madrid: Fundación France Telecom. [http://www.fundacionorange.es/areas/25\\_publicaciones/la\\_blogosfera\\_hispana.pdf](http://www.fundacionorange.es/areas/25_publicaciones/la_blogosfera_hispana.pdf)
- COBO ROMANÍ, C. y PARDO KUKLINSKI, Hugo (2007): Planeta Web 2.0. Inteligencia colectiva o medios fast food. Barcelona / México DF: Universitat de Vic-Falcsó. <http://www.planetaweb2.net/>
- FERNÁNDEZ DURÁN, R. (2006): Ciberactivismo. Sobre usos políticos y sociales de la red. Barcelona: Virus.
- MOUNIER, P. (2002): Los dueños de la Red. Madrid: Popular.
- RYAN, M. (2004): La narración como realidad virtual: la inmersión y la interactividad la literatura y en los medios electrónicos. Barcelona: Paidós.
- SIVERA BELLO, S. (2008): Marketing viral. Barcelona: UOC.
- UGARTE, D. (2007): El poder de las redes. Manual ilustrado para personas, colectivos y empresas abocados al ciberactivismo. Barcelona: Cobre Ediciones. [http://deugarte.com/gomi/el\\_poder\\_de\\_las\\_redes.pdf](http://deugarte.com/gomi/el_poder_de_las_redes.pdf)
- GIFREU, A. (2011): El documental interactivo. Evolución, caracterización y perspectivas de Desarrollo. Barcelona: UOC.
- HEREDIA ruiz, v. (2017): Revolución Netflix: desafíos para la industria audiovisual. Chasqui 135: 275-295. En línea.
- JENKINS, H., FORD, S. y GREEN, J. (2013): Cultura transmedia. La creación de contenido y valor en una cultura en red. Barcelona: Gedisa.



- - KAWASAKI, G. (2011): El arte de cautivar. Barcelona: Planeta.
- - LIBEROS, E. et al. (2013): El libro del Marketing Interactivo y la Publicidad Digital. Madrid: ESIC.
- - MOUNIER, P. (2002): Los dueños de la Red. Madrid: Popular.
- - PARISER, E. (2017): El filtro burbuja. Cómo la red decide lo que leemos y lo que pensamos. Madrid: Taurus.
- - PEIRANO, M. (2019): El enemigo conoce el Sistema. Barcelona: Debate.
- - RAMOS, J.J. (2019): Marketing de influencers. Ebook.
- - SCOLARI, C. (2013): Narrativas transmedia. Cuando todos los medios cuentan. Barcelona: Planeta.
- - VAN DIJCK, J. (2013): La cultura de la conectividad. Madrid: Siglo XXI. En línea.

### **Complementarias**

- ALMIRÓN, N. (2001): De Vannevar Bush a la WWW. Una genealogía de la humanización de las tecnologías: los pares de la interfaz gráfica. València: Ed. 3 i 4, versió digital <http://www.almiron.org/vannevarbush.html>.
- MONTERO SIMÓ, M. J. (2003): El marketing en las ONGD. La gestión del cambio social. Bilbao: Desclée de Brouwer.
- PACHECO RUEDA, M. (coord.) (2009): Publicidad en el contexto digital. Comunicación Social.
- REUNIÓN DE OVEJAS ELECTRÓNICAS (ROE) (2006): Ciberactivismo. Sobre usos políticos y sociales de la red. Barcelona: Virus Editorial.

### **ADENDA COVID-19**

**Esta adenda solo se activará si la situación sanitaria lo requiere y previo acuerdo del Consejo de Gobierno**

### **MODALIDAD DE DOCENCIA HÍBRIDA**

#### **1. Contenidos**

Se mantienen los contenidos inicialmente recogidos en la guía docente.

#### **2. Volumen de trabajo y planificación temporal de la docencia**



Mantenimiento del peso de las diferentes actividades que suman las horas de dedicación en créditos ECTS marcadas en la guía docente original. No hay cambios.

### **3. Metodología docente**

1. Las actividades de carácter presencial se mantendrán presenciales, excepto 1.3 que será por videoconferencia síncrona BBC.
2. Las actividades de carácter no presencial se mantendrán hacienda uso de:
  1. clases teóricas y teórico-prácticas con videoconferencia síncrona BBC,
  2. tutorías síncronas BBC y por email,
  3. distribución de presentaciones y otros materiales a través de Aula Virtual (AV)
  4. elaboración de tareas en diferentes formatos y plataformas interactivas (vídeos, texto escrito, blogs...)
  5. entrega de tareas a través de AV,
  6. presentación oral de 1.3 por videoconferencia síncrona BBC.

### **4. Evaluación**

Se mantienen tanto las pruebas (o prueba) teóricas presenciales como el trabajo práctico no presencial.

### **5. Bibliografía**

La misma.