

**FITXA IDENTIFICATIVA****Dades de l'Assignatura**

Codi	33411
Nom	Comunicació interactiva
Cicle	Grau
Crèdits ECTS	6.0
Curs acadèmic	2020 - 2021

Titulació/titulacions

Titulació	Centre	Curs	Període
1301 - Grau Comunicació Audiovisual	Facultat de Filologia, Traducció i Comunicació	3	Primer quadrimestre

Matèries

Titulació	Matèria	Caràcter
1301 - Grau Comunicació Audiovisual	8 - Teoria i història dels mitjans audiovisuals i nous soports multimedia	Obligatòria

Coordinació

Nom	Departament
MESTRE PEREZ, ROSANNA	340 - Teoria dels Llenguatges i Ciències de la Comunicació

RESUM

Comunicació Interactiva oferix una introducció general a les particularitats de la comunicació mediada per ordinador (també denominada comunicació digital, hipertextual o hipermèdia). En aquesta assignatura s'estudien els trets, el funcionament, les possibilitats expressives i les repercussions socials més rellevants d'una forma de comunicació que té com a principal tret característic l'organització de la informació a través d'hiperenllaços. L'estudi es realitza tant des d'una aproximació teòrica com pràctica, de manera que la descripció de conceptes es complementa amb l'anàlisi crítica i l'experiència pràctica de creació de continguts interactius.



CONEIXEMENTS PREVIS

Relació amb altres assignatures de la mateixa titulació

No heu especificat les restriccions de matrícula amb altres assignatures del pla d'estudis.

Altres tipus de requisits

Sense requisits previs.

COMPETÈNCIES

RESULTATS DE L'APRENTATGE

- Capacitat per a analitzar de forma crítica i raonada la informació, per a estructurar i integrar adequadament les idees i coneixements provinents de diferents àmbits.
- Comunicar de forma efectiva, tant per escrit com oralment, coneixements, procediments, resultats i idees relacionades amb els sistemes i productes multimèdia.
- Considerar el context econòmic i social en les solucions d'enginyeria, sent conscient de la diversitat i la multiculturalitat, i garantint les sostenibilitat i el respecte als drets humans i a la igualtat home-dona.
- Capacitat d'integrar-se dins de grups de treball i col·laborar en entorns multidisciplinaris, sent capaç de comunicar-se adequadament amb professionals de tots els àmbits.
- Capacitat per a liderar adequadament grups de treball.
- Capacitat d'organització i planificació.
- Capacitat d'adaptació als canvis organitzatius i tecnològics.
- Posseir coneixement i capacitat de comprensió de fets essencials, conceptes, principis i teories relatives als sistemes multimèdia incloent totes les disciplines que estos sistemes comprenen.
- Versatilitat per a adaptar-se a la rapidesa de canvi de les tecnologies en el camp de la multimèdia sent capaç d'ubicar-les en el cos teòric adequat.
- Coneixement i capacitat per a aplicar recursos, elements, mètodes i procediments dels processos de construcció i anàlisi dels relats audiovisuals tant lineals com no lineals, incloent el disseny, establiment i desenrotllament d'estratègies.

DESCRIPCIÓ DE CONTINGUTS



1. Introducció

1.1. Origen i models històrics

1.2. Precedents conceptuals

Introducció als conceptes bàsics de la comunicació digital interactiva des d'una perspectiva comunicativa. Origen i evolució dels principals models de formats interactius.

Distribució temporal: 1 setmana

2. Social Media

2.1. Web 2.0

2.2. Weblog

2.3. Web 3.0 y 4.0

Introducció a las peculiaridades de la cultura colaborativa, participativa y de compartición favorecida por la extensión en el uso del software social a través de internet. Identificación de las principales características de algunos modelos clave de comunicación interactiva. Tendencias actuales en la web: web semántica, geolocalización, data mining, big data Creación de contenidos con herramientas interactivas.

Distribución temporal: 3 semanas

3. Creativitat i narració interactives

3.1. Narrativa interactiva

3.2. Videojocs

3.3. Documental interactiu

Introducció a tres formes d'expressió interactiva amb finalitat estètica i de caràcter narratiu com són la narrativa interactiva, els videojocs i el documental interactiu. Estudi d'alguns trets constitutius rellevants: principals models, estructures multilíneals de lectura, etc. Introducció a la ludologia i la gamificació. Anàlisi de casos.

Distribució temporal: 4 setmanes

4. Convergència mediàtica

4.1. Nous models d'explotació comercial

4.2. Convergència digital i audiovisual en la xarxa

4.3. Publicitat interactiva i marketing digital

Introducció a les principals transformacions esdevingudes en la cadena de valor tradicional de la indústria audiovisual en l'entorn digital (producció, distribució, exhibició i consum). Descripció i anàlisi dels nous models d'explotació comercial. Peculiaritats de la comunicació publicitària interactiva i del marketing digital. Estudi de casos.

Distribució temporal: 4 setmanes

**5. TIC i moviments socials**

5.1. Moviments polítics en la xarxa

5.2. Ciberactivisme

Introducció a l'ús de les tecnologies de la informació i la comunicació (TIC) per alguns agents socials. Usos, funcions, estratègies i recursos emprats. Audiovisual en internet al servei del compromís sociopolític. Estudi de casos.

Distribució temporal: 2 setmanes

VOLUM DE TREBALL

ACTIVITAT	Hores	% Presencial
Pràctiques en aula informàtica	60,00	100
Elaboració de treballs en grup	50,00	0
Estudi i treball autònom	20,00	0
Lectures de material complementari	20,00	0
TOTAL	150,00	

METODOLOGIA DOCENT

L'assignatura **Comunicació interactiva** inclou les següents activitats formatives i la seua distribució s'atén als percentatges que es detallen tot seguit:

1. Activitats de caràcter presencial (40 % del temps):

1.1. Classe magistral: centrada en la introducció general de la matèria i les necessàries acotacions metodològiques amb la finalitat de:

- Proporcionar una visió general dels continguts, les competències i les destreses que es pretén adquirir, així com l'adquisició de les delimitacions conceptuals més rellevants i necessàries.
- Aportar les orientacions pertinents respecte al tractament dels textos proposats per a la seua lectura individual, anàlisi i estudi crític.
- Marcar les pautes per a realitzar els treballs pràctics pel que fa a la metodologia i tècniques d'estudi i investigació, així com l'adquisició de competències professionals específiques.

1.2. Tutoria individual i en grup amb la finalitat de realitzar les consultes, oferir indicacions i resoldre dubtes de caràcter teòric, pràctic i metodològic respecte a la matèria.

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



1. Activitats de caràcter no presencial-treball autònom de l'estudiant (60% del temps):

- 2.1. Recerca, consulta i estudi de la bibliografia necessària per al seu tema de treball per part de l'alumnat.
- 2.2. Desenrotllament de les fases del treball en grup seguint les pautes i periodització establertes.
- 2.3. Preparació de l'exposició del treball en grup en l'aula.
- 2.4. Preparació de les proves parcials (en 1a convocatòria) o de la prova final (en 2a convocatòria).

L'ús de la plataforma digital Aula Virtual complementarà la comunicació presencial. A través de la plataforma la professora distribuirà alguns materials de suport, els descriptors i terminis de les practiques, etc. Els estudiants també usaran la plataforma per a entregar les pràctiques realitzades en el format i terminis determinats.

És responsabilitat de l'estudiantat estar al dia del treball presencial en l'aula i de la informació que s'aporta o requereix a través d'Aula Virtual o pel correu electrònic de la Universitat de València. Aquest últim és l'únic que es considera vàlid per a la comunicació acadèmica estudiant-professora.

AVALUACIÓ

L'avaluació de **Comunicació interactiva** respon als següents apartats:

1. Treball teòric: 30%

-Proves escrites parcials, de caràcter presencial, sobre les qüestions teòrico-pràctiques tractades en cada tema (1a convocatòria) o prova escrita final, de caràcter presencial, sobre les qüestions teòrico-pràctiques tractades en el curs (2a convocatòria): 30%.

2. Treball pràctic: 70%

-Pràctiques col·laboratives: 15%

-Creació i manteniment d'un blog grupal: 40%

-Presentació en grup del treball realitzat amb el blog: 10%

-Avaluació de les presentacions dels altres grups: 5%

Per a aprovar l'assignatura **Comunicació interactiva** és imprescindible aprovar el treball teòric.



REFERÈNCIES

Bàsiques

- 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
- COBO ROMANÍ, C. y PARDO KUKLINSKI, Hugo (2007): Planeta Web 2.0. Inteligencia colectiva o medios fast food. Barcelona / México DF: Universitat de Vic-Falcso. <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
- 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 línia.
- 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 connectivitat. Madrid: Siglo XXI. En línia.

Complementàries

- ALMIRÓN, N. (2001): De Vannevar Bush a la WWW. Una genealogia de la humanització de les tecnologies: els pares de la interfície gràfica. 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.

ADDENDA COVID-19

Aquesta addenda només s'activarà si la situació sanitària ho requereix i previ acord del Consell de Govern

MODALITAT DE DOCÈNCIA HÍBRIDA

1. Continguts

Es mantenen els continguts inicialment recollits a la guia docent.

2. Volum de treball i planificació temporal de la docència

Manteniment del pes de les diferents activitats que sumen les hores de dedicació en crèdits ECTS marcades en la guia docent original. No hi ha canvis.

3. Metodologia docent

1. Les activitats de caràcter presencial es mantindran presencials, excepte 1.3 que serà per videoconferència síncrona BBC.
2. Les activitats de caràcter no presencial es mantindran fent ús de:
 1. classes teòriques i teòrico-pràctiques amb videoconferències síncrones BBC,
 2. tutories síncrones BBC i per email,



3. distribució de presentacions i altres materials a través d'Aula Virtual (AV)
4. elaboració de tasques en diferents formats i plataformes interactives (vídeos, text escrit, blogs...)
5. entrega de tasques a través d'AV,
6. presentació oral d'1.3 per videoconferència síncrona BBC.

4. Avaluació

Es mantenen tant les proves (o prova) teòriques presencials com el treball pràctic no presencial.

5. Bibliografia

La mateixa