

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

Codi	36562
Nom	Comunicació interactiva
Cicle	Grau
Crèdits ECTS	6.0
Curs acadèmic	2021 - 2022

Titulació/titulacions

Titulació	Centre	Curs	Període
1333 - Grau en Comunicació Audiovisual	Facultat de Filologia, Traducció i Comunicació	2	Primer quadrimestre

Matèries

Titulació	Matèria	Caràcter
1333 - Grau en Comunicació Audiovisual	4 - Teoria i història dels mitjans audiovisuals i nous suports multimèdia	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. 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

1333 - Grau en Comunicació Audiovisual

- Que els estudiants puguem transmetre informació, idees, problemes i solucions a un públic tant especialitzat com no especialitzat.
- Que els estudiants hagen desenvolupat aquelles habilitats d'aprenentatge necessàries per a emprendre estudis posteriors amb un alt grau d'autonomia.
- Que els estudiants siguen capaços de treballar en equip, de comunicar les pròpies idees i d'integrar-se en projectes comuns destinats a l'obtenció de resultats.
- Que els estudiants tinguen la capacitat i la creativitat necessàries per a assumir riscos expressius i temàtics en el marc de les disponibilitats i terminis de la producció comunicativa, aplicant solucions i punts de vista fundats en el desenrotllament dels projectes.
- Que els estudiants tinguen capacitat d'adaptació als canvis tecnològics i sociolaborals.
- Que els estudiants siguen capaços d'obtenir i seleccionar la informació i les fonts rellevants per a la solució de problemes i l'elaboració d'estratègies.
- Que els estudiants posseïsquen habilitat per a l'organització i temporalització de les tasques, realitzant-les de manera ordenada adoptant amb lògica les decisions prioritàries en els diferents processos de l'activitat periodística.
- Que els estudiants manifesten respecte solidari per les diferents persones i pobles del planeta, així com coneixement dels grans corrents culturals en relació amb els valors individuals i col·lectius i respecte pels drets humans.
- Capacitat i habilitat per a expressar-se amb fluïdesa i eficàcia comunicativa en les llengües pròpies de manera oral i escrita, així com en una tercera llengua (preferentment l'anglès) sabent aprofitar els recursos lingüístics i literaris que siguen més adequats als distints mitjans de comunicació.
- Capacitat per a buscar, seleccionar, llegir, interpretar i analitzar textos i documents tant escrits com audiovisuals (capacitat analítica, sintètica i crítica) .
- Iniciativa, creativitat, credibilitat, honestat, imatge, esperit de lideratge i responsabilitat tant de manera individual com corporatiu.



- Conèixer els aspectes socials, històrics, econòmics i culturals dels contextos propis i aliens rellevants.
- Capacitat per a experimentar i innovar per mitjà del coneixement i l'ús de mètodes i tècniques aplicats.
- Capacitat per a actuar defenent una cultura de la pau i respectant els drets fonamentals en els processos de la comunicació, en concret la igualtat entre dones i hòmens en tots els tractaments informatius, interpretatius, sígnicos, dialògics i opinatius de la comunicació.
- Coneixement dels diversos llenguatges, codis i modes de representació propis dels distints mitjans tecnològics i audiovisuals: fotografia, cine, ràdio, televisió, vídeo i imatge electrònica, internet, etc. a través de les seues propostes estètiques i industrials, a més de la seua rellevància social i cultural i la seua evolució al llarg del temps, que haurà de generar la capacitat per a analitzar relats i obres audiovisuals, considerant els missatges icònics com a textos i productes de les condicions sociopolítiques i culturals d'una època històrica determinada.

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. Conceptes bàsics
- 1.2. Precedents conceptuals

Introducció als conceptes bàsics de la comunicació digital interactiva (hipertext, interactivitat, world wide web, internet, etc.). Precedents conceptuals de l'expressió no lineal. Estudi de casos.

Distribució temporal: 2 setmanes

2. Web social

- 2.1. Web 2.0, 3.0
- 2.2. Social media
- 2.3. Tendències en la www

Introducció a les peculiaritats de la cultura col·laborativa, participativa i de compartició afavorida per l'extensió en l'ús del software social a través de la world wide web. Identificació de les principals característiques del social media. Tendències en la web: web semàntica, geolocalització, big data Estudi de casos i creació de continguts.

Distribució temporal: 3 setmanes

3. Publicitat interactiva i màrqueting digital

- 3.1. Posicionament web
- 3.2. Publicitat interactiva
- 3.3. Marketing digital

Introducció a alguns conceptes bàsics de la publicitat en la www: el posicionament web (SEO, SEM, longtail), la publicitat interactiva i el marketing digital (filtre bombolla, remarketing, economia de latència, advergaming, marketing viral). Estudi de casos.

Distribució temporal: 4 setmanes

4. Audiovisual en la xarxa

- 4.1. Narrativa interactiva
- 4.2. Contingut transmèdia
- 4.3. Convergència mediàtica

Introducció a distintes formes de narració interactiva no lineal, als continguts transmèdia i a les transformacions més rellevants de la indústria audiovisual en la xarxa. Estudi de casos i creació de continguts.



Distribució temporal: 4 setmanes

VOLUM DE TREBALL

ACTIVITAT	Hores	% Presencial
Classes de teoria	30,00	100
Pràctiques en aula informàtica	30,00	100
Elaboració de treballs en grup	15,00	0
Estudi i treball autònom	10,00	0
Lectures de material complementari	5,00	0
TOTAL	90,00	

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 (70 % del temps):

- 1.1. Classe magistral: centrada en la introducció general de la matèria i les necessàries acotacions metodològiques.
- 1.2. Treball pràctic, individual o en grup, desenvolupant en l'aula.
- 1.3. 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.
- 1.4. Presentació oral per part dels grups de treball dels resultats elaborats col·lectivament.

2. Treball autònom de l'estudiant i treball tutoritzat (30% del temps):

- 2.1. Recerca, consulta i estudi de la bibliografia necessària.
- 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 cada estudiant 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: 50%
2. Treball pràctic: 50%

Per a aprovar l'assignatura **Comunicació Interactiva** és imprescindible aprobar tant el treball teòric com el pràctic almenys amb 5 (sobre 10).

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, P. (2006): Los medios líquidos. La transformación de los modelos de negocio. Barcelona: UOC.
- 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.
- 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.



- LESSIG, L. (2008): Remix. Making Art and Commerce Thrive in the Hybrid Economy. New York: The Penguin Press.
- 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.
- RYAN, M. (2004): La narración como realidad virtual: la inmersión y la interactividad la literatura y en los medios electrónicos. Barcelona: Paidós.
- SCOLARI, C. (2013): Narrativas transmedia. Cuando todos los medios cuentan. Barcelona: Planeta.
- SIVERA BELLO, S. (2014): Marketing viral: claves creativas de la viralidad publicitaria. Tesis doctoral en línea.
- UGARTE, D. (2007): El poder de las redes. En línea.
- VAN DIJCK, J. (2013): La cultura de la conectividad. Madrid: Siglo XXI.

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

Sense canvis

2. Volum de treball i planificació temporal de la docència

Sense canvis



3. Metodologia docent

Sense canvis

4. Avaluació

Sense canvis

5. Bibliografia

Sense canvis