

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

Código	36562
Nombre	Comunicación interactiva
Ciclo	Grado
Créditos ECTS	6.0
Curso académico	2022 - 2023

Titulación(es)

Titulación	Centro	Curso	Periodo
1333 - Grado en Comunicación Audiovisual	Facultad de Filología, Traducción y Comunicación	2	Primer cuatrimestre

Materias

Titulación	Materia	Caracter
1333 - Grado en Comunicación Audiovisual	4 - Teoría e historia de los medios audiovisuales y nuevos soportes multimedia	Obligatoria

Coordinación

Nombre	Departamento
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. 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

1333 - Grado en Comunicación Audiovisual

- Que los estudiantes puedan transmitir información, ideas, problemas y soluciones a un público tanto especializado como no especializado.
- Que los estudiantes hayan desarrollado aquellas habilidades de aprendizaje necesarias para emprender estudios posteriores con un alto grado de autonomía.
- Que los estudiantes sean capaces de trabajar en equipo, de comunicar las propias ideas y de integrarse en proyectos comunes destinados a la obtención de resultados.
- Que los estudiantes tengan la capacidad y la creatividad necesarias para asumir riesgos expresivos y temáticos en el marco de las disponibilidades y plazos de la producción comunicativa, aplicando soluciones y puntos de vista fundados en el desarrollo de los proyectos.
- Que los estudiantes tengan capacidad de adaptación a los cambios tecnológicos y sociolaborales.
- Que los estudiantes sean capaces de obtener y seleccionar la información y las fuentes relevantes para la solución de problemas y la elaboración de estrategias.
- Que los estudiantes posean habilidad para la organización y temporalización de las tareas, realizándolas de manera ordenada adoptando con lógica las decisiones prioritarias en los diferentes procesos de la actividad periodística.
- Que los estudiantes manifiesten respeto solidario por las diferentes personas y pueblos del planeta, así como conocimiento de las grandes corrientes culturales en relación con los valores individuales y colectivos y respecto por los derechos humanos.
- Capacidad y habilidad para expresarse con fluidez y eficacia comunicativa en las lenguas propias de manera oral y escrita, así como en una tercera lengua (preferentemente el inglés) sabiendo aprovechar los recursos lingüísticos y literarios que sean más adecuados a los distintos medios de comunicación.
- Capacidad para buscar, seleccionar, leer, interpretar y analizar textos y documentos tanto escritos como audiovisuales (capacidad analítica, sintética y crítica).



- Iniciativa, creatividad, credibilidad, honestidad, imagen, espíritu de liderazgo y responsabilidad tanto de modo individual como corporativo.
- Conocer los aspectos sociales, históricos, económicos y culturales de los contextos propios y ajenos relevantes.
- Capacidad para experimentar e innovar mediante el conocimiento y el uso de métodos y técnicas aplicados.
- Capacidad para actuar defendiendo una cultura de la paz y respetando los derechos fundamentales en los procesos de la comunicación, en concreto la igualdad entre mujeres y hombres en todos los tratamientos informativos, interpretativos, sígnicos, dialógicos y opinativos de la comunicación.
- Conocimiento de los diversos lenguajes, códigos y modos de representación propios de los distintos medios tecnológicos y audiovisuales: fotografía, cine, radio, televisión, vídeo e imagen electrónica, internet, etc. a través de sus propuestas estéticas e industriales, además de su relevancia social y cultural y su evolución a lo largo del tiempo, que deberá generar la capacidad para analizar relatos y obras audiovisuales, considerando los mensajes icónicos como textos y productos de las condiciones sociopolíticas y culturales de una época histórica determinada.

RESULTADOS DE APRENDIZAJE

- Conocer los códigos y modos de representación propios de la comunicación audiovisual.
- Llevar a cabo análisis de relatos y obras audiovisuales.
- Aplicar las técnicas y procesos de producción y difusión audiovisuales en sus diversas fases.
- Construir técnicamente relatos audiovisuales lineales y no lineales.
- Diseñar estrategias visuales persuasivas.
- Aplicar recursos y procedimientos de ideación gráfica.
- Definir temas de investigación o creación personal innovadora.
- Exponer de forma adecuada los resultados de la investigación de manera oral o por medios audiovisuales o informáticos.
- Trabajar en equipo.
- Coordinar equipos de trabajo.
- Poner en valor las propias propuestas.
- Asumir la responsabilidad de un proyecto propio.
- Desarrollar un trabajo creativo o de investigación.



igación.

DESCRIPCIÓN DE CONTENIDOS

1. Introducción

1.
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.

2. Web social

Introducción a las peculiaridades de la cultura colaborativa, participativa y de compartición favorecida por la extensión en el uso del software social a través de la world wide web. Identificación de las principales características del social media. Tendencias en la web: web semántica, geolocalización, big data Estudio de casos y creación de contenidos.
3 semanas.

3. Narración interactiva

Introducción a distintas formas de narración interactiva no lineal, a los contenidos transmedia y a las transformaciones más relevantes de la industria audiovisual en la red. Estudio de casos y creación de contenidos.
Distribució temporal: 4 semanas

VOLUMEN DE TRABAJO

ACTIVIDAD	Horas	% Presencial
Clases de teoría	30,00	100
Prácticas en aula informática	30,00	100
Estudio y trabajo autónomo	30,00	0
Preparación de actividades de evaluación	30,00	0
Preparación de clases prácticas y de problemas	30,00	0
TOTAL	150,00	

METODOLOGÍA DOCENTE

Lección magistral, resolución de problemas teórico-prácticos, y estudio y análisis de casos.



EVALUACIÓN

Prueba escrita final: 50%

Valoración del aprendizaje técnico: 45%

Valoración de actitud y participación en la dinámica de la clase: 5%

Es imprescindible aprobar con 5 (sobre 10) tanto la parte teórica como la práctica para calcular la nota media final.

REFERENCIAS

Básicas

- DOTTORINI, D. (2021). El vídeo-ensayo. La escritura o el montaje soberano, Arkadin, nº 10, e25.
- 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.
- 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.
- NEIRA, E. (2020). Streaming Wars: la nueva televisión. Barcelona: La Cúpula.
- 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.
- VOIGT, KATI (2013). Becoming Trivial: The Book Trailer, Culture Unbound. Journal of Current Cultural Research. Vol. 5, 671-689.