

Teoría e Historia de la Comunicación Interactiva

Código: 103046
Créditos ECTS: 6

Titulación	Tipo	Curso	Semestre
2501928 Comunicación Audiovisual	OT	3	0

Contacto

Nombre: Celia Andreu Sánchez

Correo electrónico: Celia.Andreu@uab.cat

Uso de idiomas

Lengua vehicular mayoritaria: español (spa)

Algún grupo íntegramente en inglés: No

Algún grupo íntegramente en catalán: No

Algún grupo íntegramente en español: Sí

Prerequisitos

No hay prerrequisitos.

Objetivos y contextualización

Los principales objetivos de esta asignatura son conocer:

- Los principios teóricos y prácticos asociados a la interactividad.
- La evolución histórica de la comunicación interactiva y de sus aplicaciones.
- El fundamento de la arquitectura y organización de los sistemas interactivos a partir de su evolución conceptual y tecnológica.
- La incidencia de la interactividad en las diferentes industrias culturales.
- Conocer el lenguaje, las lógicas interactivas y los argumentos de la comunicación en red.
- Analizar aplicaciones y experiencias de comunicación interactiva paradigmáticas en su contexto histórico y social.

Competencias

- Aplicar el pensamiento científico con rigor.
- Buscar, seleccionar y jerarquizar cualquier tipo de fuente y documento útil para la elaboración de productos comunicativos.
- Contextualizar los medios audiovisuales y su estética desde una dimensión histórica.
- Demostrar capacidad de autoaprendizaje y autoexigencia para conseguir un trabajo eficiente.
- Demostrar conciencia ética así como empatía con el entorno.
- Demostrar espíritu crítico y autocrítico.
- Desarrollar estrategias de aprendizaje autónomo.
- Desarrollar un pensamiento y un razonamiento crítico y saber comunicarlos de manera efectiva, tanto en catalán y castellano como en una tercera lengua.
- Diferenciar las principales teorías de la disciplina, sus campos, las elaboraciones conceptuales así como su valor para la práctica profesional.
- Divulgar los conocimientos e innovaciones del área.
- Gestionar el tiempo de forma adecuada.

Resultados de aprendizaje

1. Aplicar el pensamiento científico con rigor.
2. Aplicar los principios teóricos al análisis de los procesos audiovisuales.
3. Buscar, seleccionar y jerarquizar cualquier tipo de fuente y documento útil para la elaboración de productos comunicativos.
4. Conocer la evolución histórica de los medios audiovisuales.
5. Demostrar capacidad de autoaprendizaje y autoexigencia para conseguir un trabajo eficiente.
6. Demostrar conciencia ética así como empatía con el entorno.
7. Demostrar espíritu crítico y autocrítico.
8. Desarrollar estrategias de aprendizaje autónomo.
9. Desarrollar un pensamiento y un razonamiento crítico y saber comunicarlos de manera efectiva, tanto en catalán y castellano como en una tercera lengua.
10. Divulgar los conocimientos e innovaciones del área.
11. Gestionar el tiempo de forma adecuada.
12. Identificar las interacciones entre la historia, la estética y la comunicación audiovisual.
13. Identificar los fenómenos y plantear los problemas teóricos relativos a la comunicación audiovisual.

Contenido

Teoría, historia, tendencias y futuro de la comunicación interactiva:

- Teoría y concepto de la interactividad
- Las narrativas interactivas
- De la televisión lineal a la televisión interactiva
- Modos de interactividad
- Comunicación de proximidad
- Interactividad ciudadana con los medios de comunicación
- Tendencias audiovisuales interactivas

Metodología

Se realizarán clases de presentación de contenidos y seminarios con casos específicos y proyectos prácticos. El alumnado trabajará el análisis y diseño creaciones audiovisuales interactivas.

Actividades

Título	Horas	ECTS	Resultados de aprendizaje
Tipo: Dirigidas			
Clases magistrales	37,5	1,5	1, 3, 5, 6, 8, 7, 9, 10, 11, 12
Seminarios	15	0,6	1, 3, 5, 6, 8, 7, 9, 10, 11, 13, 12
Tipo: Supervisadas			
Tutorías	7,5	0,3	1, 3, 5, 6, 8, 7, 9, 10, 11, 12
Tipo: Autónomas			
Estudio personal, lectura de textos y preparación de trabajos	82,5	3,3	1, 3, 5, 6, 8, 7, 9, 11, 13, 12

Evaluación

La evaluación consta de:

- Examen (40%)
- Seminarios (20%)
- Trabajo (40%)

Es imprescindible aprobar el examen y el trabajo práctico para aprobar la asignatura. Para tener acceso a la re-evaluación del examen o del trabajo práctico, se tendrá que haber obtenido una media de 3 en la primera convocatoria. Las actividades que están excluidas de re-evaluación son los seminarios.

Las faltas de ortografía se penalizarán con -0,5 puntos cada una.

El estudiante que realice cualquier irregularidad (copia, plagio, suplantación de identidad ...) que pueda conducir a una variación significativa de la calificación de un acto de evaluación, tendrá una calificación final de la asignatura de 0.

Actividades de evaluación

Título	Peso	Horas	ECTS	Resultados de aprendizaje
Examen	40	3	0,12	1, 2, 3, 4, 5, 6, 8, 7, 9, 10, 11, 12
Seminarios	20	1,5	0,06	1, 3, 5, 6, 8, 7, 9, 10, 11, 13, 12
Trabajo	40	3	0,12	1, 3, 5, 6, 8, 7, 9, 10, 11, 12

Bibliografía

Baranyi, Péter & Csapó, Adám (2012). Definition and Synergies of Cognitive Infocommunications. Acta Polytechnica Hungarica 9 (1):67-83.

Cordray, Charles, Walker, Todd A., Armaly, Samir B. (2019). Systems and methods for episode tracking in an interactive media environment. US2019/0158914. [Patent Application date: May 23, 2019].

Oh, Jeeyun, Bellur, Saraswathi, Sundar, S. Shyam (2015). Clicking, Assessing, Immersing, and Sharing: An Empirical Model of User Engagement with Interactive Media. Communication Research, 45(5): 737-763.

Varona, David. (2014). El Botón Rojo de RTVE: Una experiencia de implantación de HbbTV en España. Doxa Comunicación, 19: 155-176.

* A lo largo de la asignatura se darán otros recursos complementarios.