

Lenguaje Multimedia

Código: 105020
Créditos ECTS: 12

Titulación	Tipo	Curso	Semestre
2501928 Comunicación Audiovisual	OB	3	A

Contacto

Nombre: Francesc Xavier Ribes Guardia
Correo electrónico: xavier.ribes@uab.cat

Uso de idiomas

Lengua vehicular mayoritaria: catalán (cat)
Algún grupo íntegramente en inglés: No
Algún grupo íntegramente en catalán: Sí
Algún grupo íntegramente en español: No

Equipo docente

Jose Sanchez Rios

Prerequisitos

Es necesario que los y las estudiantes tengan conocimientos básicos de lenguaje, redacción, producción y técnicas digitales.
Por otra parte, dado que parte de la bibliografía es en inglés, se hace necesario un buen nivel de comprensión lectora en esa lengua.

Objetivos y contextualización

Los objetivos básicos de la asignatura son:

- Aportar los conceptos generales y las bases teóricas del lenguaje audiovisual como herramienta eficaz de producción de mensajes y de contenidos.
- Aportar conocimientos básicos sobre los lenguajes en medios digitales, haciendo especial énfasis en sus especificidades de carácter tecnológico y cultural.
- Profundizar en las técnicas y conocimientos específicos necesarios para la creación de contenidos en medios digitales.
- Adquirir un mayor conocimiento de los aspectos tecnológicos vinculados a producción, publicación y difusión de contenidos digitales.

Competencias

- Aplicar la imaginación con flexibilidad, originalidad y fluidez.
- Conocer y utilizar los distintos lenguajes audiovisuales.
- Demostrar capacidad de liderazgo, negociación y trabajo en equipo, así como resolución de problemas.
- Divulgar los conocimientos e innovaciones del área.
- Gestionar el tiempo de forma adecuada.
- Utilizar las tecnologías avanzadas para el óptimo desarrollo profesional.

Resultados de aprendizaje

1. Aplicar la imaginación con flexibilidad, originalidad y fluidez.
2. Aplicar los principios teóricos a los procesos audiovisuales.
3. Demostrar capacidad de liderazgo, negociación y trabajo en equipo, así como resolución de problemas.
4. Divulgar los conocimientos e innovaciones del área.
5. Dominar las herramientas tecnológicas en la producción audiovisual.
6. Gestionar el tiempo de forma adecuada.
7. Realizar productos audiovisuales de calidad, e introducir en ellos una estética innovadora.
8. Utilizar las tecnologías avanzadas para el óptimo desarrollo profesional.

Contenido

La asignatura se desarrollará alrededor de los siguientes grandes temas:

1. Introducción a los medios digitales

- Cultura digital.
- Lenguaje multimedia.

2. Características técnicas de los elementos.

- Imagen, Audio, Texto, Vídeo
- Ficheros y formatos

3. Lenguajes y metalenguajes

- HTML y CSS.

4. Visualización de la información

5. Estructura de contenidos

- Estructuras de navegación

6. Nuevas narrativas

- Realidad Aumentada
- Narrativas interactivas
 - Vídeo interactivo
 - Videojuegos
- Narrativas Transmedia
- Experiencias inmersivas / Realidad Virtual

El calendario detallado con las diferentes sesiones se expondrá el día de la presentación de la asignatura.

Además, se publicará en el Campus Virtual, donde el alumnado encontrará la descripción detallada de los ejercicios y de las prácticas, así como los materiales docentes y la información necesaria para el correcto seguimiento de la asignatura.

Metodología

La metodología de esta asignatura incluye clases magistrales, seminarios prácticos (prácticas de debate de casos), prácticas de laboratorio, tutorías, ejercicios prácticos y conferencias.

Nota: se reservarán 15 minutos de una clase dentro del calendario establecido por el centro o por la titulación para que el alumnado rellene las encuestas de evaluación de la actuación del profesorado y de evaluación de la asignatura o módulo.

Actividades

Título	Horas	ECTS	Resultados de aprendizaje
Tipo: Dirigidas			
Clases magistrales con soporte TIC	25	1	4
Prácticas de debate de casos (producciones audiovisuales) y artículos científicos	25	1	1, 3, 4, 6
Prácticas de laboratorio	40	1,6	2, 1, 3, 5, 6, 7, 8
Tipo: Supervisadas			
Tutorías (actividad presencial o en grupo orientada a resolver problemas de aprendizaje)	15	0,6	4, 6
Tipo: Autónomas			
Estudio: lectura y síntesis de documentos científicos	70	2,8	3, 4, 6
Preparación prácticas de laboratorio	75	3	2, 1, 3, 5, 6, 7, 8
Realización de trabajos encargados para el desarrollo de seminarios	20	0,8	1, 3, 6

Evaluación

La evaluación de la asignatura se realizará a partir de 3 ejes: teoría (40%), prácticas de debate (10%) y prácticas (50%). Para aprobar la asignatura es necesario superar tanto la parte teórica (exámenes) como la parte práctica (prácticas y prácticas de debate).

Se contemplan actividades de reevaluación (total o parcial), tanto para aprobar como para elevar la nota. De teoría, y según normativa de la facultad, para todos los alumnos que reprueben el examen con 3 o más. De prácticas, para aquellos y aquellos alumnos que hayan entregado todos los ejercicios prácticos.

El o la alumna que realice cualquier irregularidad (copia, plagio, robo de identidad ...) que pueda suponer una variación significativa de la calificación de un acto de evaluación, será calificado con 0 este acto de evaluación. En caso de que existan varias irregularidades, la nota final de la asignatura será 0.

Actividades de evaluación

Título	Peso	Horas	ECTS	Resultados de aprendizaje
Entrega de trabajos prácticos de debate	10%	3	0,12	1, 3, 4, 6
Examen de teoría	40%	2	0,08	6
Trabajos prácticos	50%	25	1	2, 1, 3, 4, 5, 6, 7, 8

Bibliografía

BOLTER, David & GRUSIN, Richard. (2000). Remediation. Understanding New Media. Cambridge: MIT Press.

BRUNS, Axel. (2008). Blogs, wikipedia, second life and beyond: from production to produsage.

BURGUESS, Jean; GREEN, Joshua. (2013): "YouTube: Online video and participatory culture". John Wiley & Sons.

CAIRO, Alberto. The Functional Art: An introduction to information graphics and visualization. New Riders, 2012.

CÓRDOBA, Carlos; ALATRISTE, Yadira. (2012) Hacia una taxonomía de investigación entre Visualización de Información y Diseño
http://www.nosolousabilidad.com/articulos/taxonomia_visualizacion.htm

CEBRIÁN, Mariano. Información multimedia. Soporte, lenguaje y aplicaciones empresariales. ISBN 84-205-4222-9.

ELLISON, Nicole B.; BOYD, Danah M. (2013): Sociality through social network sites. In: The Oxford handbook of internet studies.

FELDMAN, Tony. (1994): Multimedia. Londres: Blueprint.

GARRET, Jesse James, 2011. The Elements of User Experience: User-Centered Design for the Web and Beyond. Editor: Addison-Wesley.

JENKINS, Henry. (2008). Convergence culture: la cultura de la convergencia de los medios de comunicación. Barcelona: Paidós.

MACIÁ, Fernando, 2011. Técnicas avanzadas de posicionamiento en buscadores. Editorial: Anaya Multimedia.

MANOVICH, Lev. (2005). El lenguaje de los nuevos medios de comunicación. La imagen en la era digital. Paidós: Barcelona.

NUSSBAUMER, Cole. (2015). Storytelling with data: A data visualization guide for business professionals.

ORIHUELA, José Luis. (2006). La revolución de los blogs. Madrid: La Esfera de los Libros.

PEARSON, Roberta & SMITH, Anthony N. (2014). Storytelling in the media convergence age: exploring screen narratives. PARISER, Eli. (2011). The Filter Bubble: What the Internet Is Hiding from You. Penguin Press , New York.

PRATTEN, Robert. (2011). Cross-Media Communications: An Introduction to the Art of Creating Integrated Media Experiences. London: ETC Press

KRUG, Steve. (2005). Don't Make Me Think, A Common Sense Approach to Web Usability, New Riders.

RAUSELL, Claudia. (2005). Nuevos relatos audiovisuales. Hacia una definición del relato audiovisual interactivo. Revista Telos no 62, Madrid.
<https://telos.fundaciontelefonica.com/telos/articulocuaderno.asp?idarticulo=4&rev=62.htm>

RIBES, Xavier. (2007). La Web 2.0. El valor de los metadatos y de la inteligencia colectiva. Revista Telos no 73, Madrid.
<http://telos.fundaciontelefonica.com/telos/articuloperspectiva.asp?idarticulo=2&rev=73.htm>

SÁNCHEZ B. Teresa. (2012). Nuevos modelos narrativos. Ficción y transmediación (Vol. 1). Madrid: Comunicación.

SCOLARI, C. Alberto. (2018). Las leyes de la interfaz: Diseño, ecología evolución, tecnología (Vol. 136). Editorial Gedisa.

SHIFMAN, Limor. (2014). Memes in Digital Culture: MIT Press

SUROVIECKI, James. (2005). The wisdom of crowds. Anchor, New York.

VALERO, José Luis. (2012). Infografía digital. La visualización sintética. Editorial Bosch. Barcelona.

VV.AA. Google Search Engine Optimization Starter Guide

http://static.googleusercontent.com/external_content/untrusted_dlcp/www.google.com/en/webmasters/docs/sear

VIDEOGRAFIA

JENKIS, Henry. 2011. ¿Què es la comunicació transmedia? (anglès subtitulat)

https://www.youtube.com/watch?v=kzcZYxFnUjc&list=PLTHGZHnp_R4nh6UBXuU_76w8hpCH3_Ut

MC GONIGAL, Jane. 2013: Ted Talk. Los juegos online pueden crear un mundo mejor (anglès subtitulat)

https://www.youtube.com/watch?v=qrcGfWhD_BE

Software

- Word
- Excel
- Powerpoint
- Da Vinci / Premiere
- Affinity Photo / Photoshop
- Audacity
- Spark AR Studio
- Metaverse
- Twine