

ASIGNATURA: El Audiovisual Interactivo e Internet
Módulo. LA COMUNICACIÓN AV DIGITAL POR PERSPECTIVAS Y ESPECIALIZACIONES

Materia.	El audiovisual interactivo en Internet	Créditos ECTS	6	Carácter optativa	
Unidad temporal	Segundo cuatrimestre	Requisitos previos	Conocimiento básico de producción y realización audiovisual.		

Profesores
 Isidro Moreno Sánchez, ims@ucm.es; Juan Carlos Alfeo Álvarez jcalfeo@ucm.es

Contenido general de la asignatura

La asignatura aborda las nuevas formas de comunicación e innovación interactivo-narrativas del audiovisual en Internet. Internet como soporte, Internet como medio de medios, y el audiovisual interactivo como una de las señas de identidad de la cultura digital en red. Estructuras interactivas, grados de participación, creatividad compartida, hipermedialidad y transmedialidad. Conceptos que se materializarán en ejemplos prácticos singulares, y que se reforzarán con prácticas individuales y grupales.

BLOQUE 1. INTRODUCCIÓN AL AUDIOVISUAL INTERACTIVO EN INTERNET (Dr. Isidro Moreno Sánchez)

TEMA 1. Multimedia, Hipermedia y Transmedia.

1. Fundamentos de Multimedia, Hipermedia y Transmedia.
2. Cambio en los hábitos: el consumo de medios y entretenimiento a la carta.
3. El creador de contenidos.
4. Newsjacking: apropiarse de contenidos ajenos.
5. Taxonomía de los medios: POEM
6. El concepto de movilidad: *Mobile first*.

Actividad práctica: Ideación y bocetación de una aplicación audiovisual interactiva.

Foro: presentación y análisis de los trabajos en grupo.

Estudio de caso: Cada año se actualiza.

Producto para el debate: Crowdfunding o trabajo en comunidad. Debate sobre la financiación de la película "Esto no es una cita".

Aportaciones de los alumnos.

TEMA 2. Taxonomía: Multimedia informativos, formativos y de ocio.

1. Informativos: libros, cuentos, diccionarios, enciclopedias, documentos hipertextuales.
2. Multimedia: ejercitación y práctica, tutoriales, simulaciones, labs creativos, resolución de problemas, juegos, webQuest, wiki y otros.
3. El vídeo online y los servicios OTT en los televisores conectados.
4. La multitarea.

Actividad práctica: Diseñar y bocetar un formato "Branded Content".

Foro: presentación y análisis de los trabajos en grupo.

Estudio de caso: *Branded content de Lucy Chadwick para Zara.*

Producto para el debate: <http://harvardsailingteam.com/>. Fenómeno Netflix u otros actuales.

Aportaciones de los alumnos.

BLOQUE 2. CREATIVIDAD AUDIOVISUAL INTERACTIVA MÓVIL (Dr. Isidro Moreno Sánchez)

TEMA 3. Creatividad compartida e interactividad audiovisual

- 3.1. Creatividad audiovisual interactiva. Niveles de interactividad y grados de participación. Del Aspen Project (1979) al audiovisual en movilidad.
- 3.2. Estructuras interactivas especiales. Intrainteractividad inteligente y linealidad interactiva.
- 3.3. Interfaces mimético-naturales. Del "tal como pensamos" al "tal como hacemos".
- 3.4. Especificidad narrativa del audiovisual interactivo móvil: estructuras informativa, dramática y persuasiva.
- 3.5. Realidad y virtualidad en el audiovisual interactivo. Aplicaciones in situ y en red.

Actividad práctica: creación de estructuras con intrainteractividad inteligente y lineales interactivas.

Foro: discusión sobre las aportaciones que se invita a realizar en el foro del campus virtual.

Estudio de caso: Se elegirá cada año.

Producto hipermedia y transmedia para el debate: Se elegirá cada año.

Aportaciones de los alumnos.

Lectura obligatoria: Moreno Sánchez, I. y Navarro Newball, A. A. (2015). La ciudad escondida. Toledo, laboratorio de comunicación transmedia. *Opción*, año 31, núm. 1, 806-827 (<http://goo.gl/ayOPZB>).

TEMA 4. Reinención del audiovisual interactivo en movilidad

- 4.1. Hipermedialidad y transmedialidad. Geolocalización y conocimiento aumentado.
- 4.2. Nuevas formas de creatividad audiovisual en movilidad (*Locative Media*): *walking cinema*, *personal cinema*, *tourist cinema*, guías multimedia sobre Nintendo 3DS... Redefinición creativa de las etiquetas.
- 4.3. Hipercontenidos audiovisuales y convergencias múltiples en red. Expresión personal y expresión publicitaria. Invasión e inmersión: *preroll* e *inroll*.
- 4.4. Emplazamiento sonoro. Interactividad física con el sonido móvil.

Actividad práctica: simulación de audiovisuales interactivos en movilidad.

Foro: discusión sobre las aportaciones de las alumnas y alumnos al foro del campus virtual y sobre la lectura recomendada.

Estudio de caso: Se elegirá cada año.

Producto para el debate: Se elegirá cada año.

Aportaciones de los alumnos.

Lectura obligatoria: Moreno Sánchez, I. y Navarro Newball, A.A. (2015). El hipermedia móvil como nuevo medio y su protagonismo en la creación transmedia. *Kepes*, 13 (13), pp. 145-170. DOI: 10.17151/kepes.2016.13.13.8

BLOQUE 3. APLICACIONES PRÁCTICAS DEL AUDIOVISUAL INTERACTIVO (Dr. Juan Carlos Alfeo Álvarez)

TEMA 1. Edición digital de imagen

- 1.1 Tipología de las imágenes digitales.
- 1.2 Parámetros de la imagen digital.
- 1.3 Formatos de imagen.
- 1.4 Optimización para la transferencia online.

TEMA 2. Herramientas de edición interactiva

- 2.1 Análisis de herramientas.
 - 2.1.1 Tumult Hyphe 3 Pro

ACTIVIDAD PRÁCTICA: ocupará la mayor parte del tiempo dedicado a este bloque y consistirá en el diseño y producción de un producto de vídeo interactivo que será el trabajo final para la evaluación de la asignatura. Durante las sesiones de este bloque se grabarán en grupo, en el plató de la Facultad, los materiales que formarán parte de dicho trabajo.

Con el fin de que el alumnado disponga del mayor plazo posible para su elaboración, este módulo se impartirá al inicio de la asignatura.

Para que este proceso sea eficiente los alumnos presentarán previamente un proyecto compuesto por el **guion** y el **storyboard** de su propuesta en los plazos y por los canales indicados por el profesor al cargo.

Sobre este material se discutirán y ajustarán los detalles del producto final que será sometido a evaluación (ver sistema de evaluación y criterios de evaluación al final de este documento).

Foro: discusión sobre las aportaciones de las alumnas y alumnos al foro del campus virtual y sobre la lectura recomendada.

Estudio de caso: análisis de productos audiovisuales interactivos.

Aportaciones de los alumnos.

Bibliografía

García Guardia, M.L., *Herramientas de geolocalización con telefonía móvil para geoposicionamiento emocional*. Libro: Manejo de la Comunicación



Organizacional. Espacios, herramientas y tendencias en gestión de negocios. En: Ed. Díaz De Santos, 2012. Madrid.

García Guardia, M.L. y Menéndez Hevia, T. (2006), *Mímesis del paradigma llamado "cine contemporáneo" y la narración Hipermedia*. En: Icono 14. Madrid: Volumen 8. ISSN 1697-8293.

International Journal of Interactive Mobile Technologies (<http://goo.gl/WDHM5u>).

Moreno Sánchez, I. y Navarro Newball, A.A. (2015). El hipermedia móvil como nuevo medio y su protagonismo en la creación transmedia. *Kepes*, 13 (13), pp. 145-170. DOI: 10.17151/kepes.2016.13.13.8

Moreno Sánchez, I. y Navarro Newball, A. A. (2015). La ciudad escondida. Toledo, laboratorio de comunicación transmedia. *Opción*, año 31, núm. 1, 806-827 (<http://goo.gl/ayOPZB>).

Moreno Sánchez, I. (2015). Interactividad, interacción y accesibilidad en el museo transmedia. *Zer*. Vol. 20, núm. 38, 81-107. (<http://goo.gl/fiAgq7>).

Navarro Newball, A. A.; Moreno Sánchez, I. et al. (2015). Gesture based human motion and game principles to aid understanding of science and cultural practices. *Multimedia Tools and Applications*, 11 (74), pp. 1-24. DOI: <http://dx.doi.org/10.1007/s11042-015-2667-5>

Ruston, S. W. (2010). Storywords on the Move: Mobile Media and Their Implication for Narrative. *A Journal of Narrative Studies*. V. 2, pp. 101-120 (<http://goo.gl/Z2wVTT>).

Tausell Köster, C. (2005). Nuevos relatos audiovisuales. Hacia una definición del relato audiovisual interactivo. *Telos*, núm. 62 (<https://goo.gl/SwoS79>).

Tognazi, A. (2011). Videos interactivos en Youtube ¿quimera o nuevo camino? *Embed. Audiovisual integrado* (<http://embed.at/article47.html>).

Competencias Transversales

CT1 - Desarrollo de la capacidad de análisis, general y específica, de la Comunicación Audiovisual, en cualquiera de sus variantes expresivas y en los diversos medios, soportes, géneros, formatos y manifestaciones, así como su aplicación práctica.

CT3 - Capacidad para gestionar el lanzamiento y explotación de productos audiovisuales y multimedia, atendiendo a los nuevos modelos de negocio que cruzan mensajes, soportes y fuentes diversas.

CT4 - Capacidad de analizar el fenómeno digital en los procesos comunicativos (creación, información, estética..) en el ámbito de los distintos

medios de producción audiovisual, y en su dimensión artística, cultural, social, política y económica.

CT6 - Capacidad sintética y metodológica para la transmisión de los resultados de las investigaciones básicas y aplicadas por medios orales, escritos, audiovisuales e hipermedia en foros científicos, profesionales y en los medios de comunicación; y de transformar los resultados en capacidad de programación estratégica y creativa para el desarrollo práctico de la comunicación audiovisual

Competencias Específicas

CE1 - Capacidad para analizar el uso de las tecnologías digitales en los procesos de organización, creación y desarrollo de producciones audiovisuales, multimedia e interactivas en el ámbito digital.

CE2 - Capacidad para comprender las bases tecnológicas de la Comunicación Digital e Internet que se aplican en los procesos creativos e industriales.

CE5 - Capacidad para examinar la creación y gestión de las empresas audiovisuales en el contexto de la Era Digital.

CE6 - Capacidad de análisis, comprensión y evaluación de los cambios estéticos, sociales, culturales e industriales producidos por las innovaciones tecnológicas en el ámbito de la Comunicación Audiovisual.

CE7 - Conocimiento de los planteamientos teóricos y prácticos de la estructura empresarial y profesional en el entorno de la comunicación audiovisual para la Era Digital para aplicarlos en evaluaciones, estudios e investigaciones.

CE9 - Capacidad para el análisis y la formación en la elaboración de memorias de solicitud y proyectos de creación audiovisual para la captación de fondos públicos y privados tanto nacionales como internacionales para la creación de contenidos audiovisuales.

Actividades formativas con su contenido en ECTS, su metodología de enseñanza y aprendizaje, y su relación con las competencias que debe adquirir el estudiante

La práctica docente se basa en un método que combinará teoría y práctica para lograr un aprendizaje basado en la adquisición de competencias y garantizará un aprendizaje activo, cooperativo y responsable. El estudiante tendrá información de esta metodología docente antes y durante el curso por medio de la sede web de la Facultad, del Campus Virtual o de las sedes web personales de los profesores, así como por otros medios orales y escritos que se estimen convenientes y oportunos.

Las **actividades formativas** de la materia comprenderán:

Las *clases teóricas*, en las que se expondrán los objetivos principales de cada tema y se desarrollarán los contenidos conceptuales fundamentales.

Lecturas paralelas: se ofrecerá una selección bibliográfica (libros, artículos, sedes web, etc.) que servirán de apoyo a lo expuesto en las clases teóricas.

Talleres y seminarios, en los que se analizarán en grupo planteamientos y diseños de investigación y evaluación específicos y se atenderá a estudios de caso. Con estos talleres se pretende entrenar a los alumnos en los procedimientos de búsqueda y selección de información, análisis y síntesis de conocimientos, planteamiento de problemas concretos y análisis críticos, completados con prácticas reales.

Tutorías: ofrecerán apoyo y asesoramiento personalizado para abordar las tareas encomendadas en todas las actividades formativas. El profesor aprovechará estas tutorías para desarrollar su papel preactivo y proactivo en la docencia con el fin de lograr los objetivos propuestos.

Asistencia a actividades formativas extralectivas programadas por la Facultad y/o por otros organismos o empresas que sean de interés específico para la materia (congresos, jornadas, seminarios, ciclos de conferencias): se trata de familiarizar al alumno con la participación en foros científicos y profesionales.

Trabajos individuales. **Los trabajos que se realizarán** son los siguientes:

Trabajo individual principal: Videocurrículum interactivo. El trabajo consistirá en la concepción, producción, grabación y programación de un videocurrículum personal que deberán realizar cada una de las personas que asisten a la asignatura. Se realizará durante la docencia del profesor Dr. Juan Carlos Alfeo y será evaluado por los tres profesores que imparten la asignatura.

Trabajo grupal: creación conceptual de un producto interactivo para móviles elegido por el grupo y enmarcado en un proyecto transmedia. El trabajo consistirá en la concepción de dicho producto y en la presentación del desarrollo conceptual, interactivo y visual del mismo en clase. Si especificará y justificará en qué proyecto transmedia se enmarcará dicho producto, para lo cual se hará un sencillo desarrollo del proyecto de contenido totalmente libre. Habrá que entregar exclusivamente la presentación que se haya utilizado en clase, por lo cual ésta deberá estar muy cuidada. Este trabajo se llevará a cabo en las clases del profesor Dr. Isidro Moreno.

Estas actividades ayudarán al estudiante a: adquirir los procesos necesarios para crear audiovisuales interactivos, conocer los condicionantes del sector para la planificación de este tipo de productos audiovisuales, hipermedia y sus vertientes transmedia, estudiar los aspectos narrativos y persuasivos, conocer las especificidades para evaluar la diversidad de audiovisuales interactivos y tener muy en cuenta la accesibilidad para que puedan ser disfrutados por todas las personas.

Sistema de evaluación

La evaluación se realizará de manera continua durante todo el cuatrimestre. Se valorará de forma proporcional la asistencia y participación del alumno/a

en todas las actividades formativas y los resultados de las pruebas objetivas para la valoración de los conocimientos adquiridos por los alumnos en cada uno de los bloques temáticos que constituyen la materia.

Desglose del sistema de evaluación (por porcentaje):

- Asistencia y participación: 40%
- Trabajo grupal para el bloque 1: 10%
- Trabajo para el bloque 2: 10%
- Audiovisual Interactivo (trabajo de curso): 40%

Cada bloque contará con una nota de asistencia y participación. La nota media de los tres bloques constituirá el mencionado 40% de la nota general. Los trabajos de los tres bloques, además de sumar hasta 6 puntos en la nota general, también se tendrán en cuenta para la nota de participación.

Criterios de Evaluación del Trabajo de Curso: Audiovisual Interactivo

El trabajo será evaluado conjuntamente por los profesores del módulo en una sesión de presentación pública que tiene valor de prueba final y que correrá a cargo del alumno el último día lectivo del cuatrimestre. La no comparecencia en dicha sesión recibirá la calificación "No Presentado" como nota final. Los aspectos del trabajo presentado que se valorarán son los siguientes:

Calidad Técnica del Audiovisual: hasta 4 puntos

- Calidad de la realización tanto de la imagen como del sonido, así como de los aspectos de edición y postproducción de la pieza presentada.

Capa de Interactividad: Hasta 3 puntos

- Riqueza de recursos, estructura de la navegación y funcionamiento correcto de enlaces y elementos interactivos.

Aspectos Creativos/Originalidad: hasta 2 puntos

- Adecuación del producto a su objetivo comunicativo y originalidad y creatividad manifestada en los aspectos técnicos, formales y de contenido de la pieza.

Especial Calidad: Hasta 1 punto

- Consideración de excelencia para trabajos especialmente cuidados y bien realizados en todos sus aspectos.

Criterios de Evaluación para el trabajo grupal del bloque 2

Creatividad (originalidad, adecuación, redefinición, profundización, elaboración): hasta 2 puntos

Se tendrán en cuenta los diversos factores de creatividad para evaluar la creatividad del proyecto.

Imbricación en la campaña transmedia: hasta 2 puntos

El producto interactivo para móviles se enmarcará en una campaña transmedia.

Diseño interactivo: hasta 2 puntos

Se diseñará la estructura interactiva del producto y se justificará el porqué de la misma.

Diseño audiovisual: hasta 2 puntos

Se realizará una aproximación clara del diseño audiovisual y de interfaces del proyecto.

Accesibilidad: hasta 2 puntos

Se tendrá muy en cuenta la adaptación del producto a personas con diversidad funcional.

Ad