



Universidad
del Cauca

Programa
Diseño Gráfico

Departamento de Diseño - Facultad de Artes

MicroCurrículo Comunicación Interactiva

Denominación del Curso	Acuerdo 014	Período Académico
Comunicación Interactiva	DG 571	Primero de 2021
Profesor Responsable	E-mail	Componente o Área
Christian Rafael Carvajal	chrafacarvajal@unicauca.edu.co	Funcional Operativo
Carácter	Prerrequisitos	Modalidad
Obligatorio	DG 351	Presencial
Créditos	Horas Sincrónicas (Intensidad H/S)	Horas de Trabajo Autónomo
2	2	4

Contextualización del Curso

Este curso tiene dos ejes que lo soportan, y los dos son componentes esenciales de la comunicación interactiva: por un lado, ofrece conocimientos para mejorar la experiencia de usuario a partir de la usabilidad de los productos, y por otro lado busca aplicar estos conocimientos a la expansión de relatos digitales.

La primera variante se puede aplicar a cualquier campo creativo, pero en este caso su aplicación está enfocada en experiencias digitales donde convergen nuevas representaciones artísticas, tales como el video mapping, las videoinstalaciones, el cine expandido y los documentales interactivos.

El curso de Comunicación Interactiva parte de la exploración de conceptos clave y de la observación misma del entorno mediático e interactivo que rodea a los estudiantes, para proponer la búsqueda de la apropiación de los recursos tecnológicos, humanos y de información involucrados en la comunicación interactiva.

Este curso hace parte del "Componente Funcional - Operativo", de manera que apoya los proyectos de diseño que se lleven a cabo en los talleres, trabajos de grado, grupos de investigación.

Objetivos

1. Comprender las transformaciones que ha tenido la comunicación humana a través de los medios para relacionar la interactividad con las reflexiones y aportes que éste término hizo a las áreas del diseño, la comunicación y el arte. El diseño tiene una visión particular desde la cual aportar a dicha problemática, centrada en la manera en que se adecúan los avances al uso humano, mediante la planeación y proyección de experiencias y estructuras comunicativas.
2. Aproximar a los estudiantes los conocimientos de los nuevos relatos digitales, que les permitirá desestructurar parámetros clásicos de la tecnología, abriendo así un campo artístico desde el que se están hibridando y proponiendo nuevas formas de representación, donde se necesita que las interfaces sean las más adecuadas para que los productos cumplan cabalmente su objetivo.
3. Intercambiar conocimientos y experiencias para configurar herramientas de evaluación e inspección de problemas y conceptos clave para sugerir ajustes en el proceso de desarrollo y en los prototipos finales de sus proyectos de diseño.

Contenido: Núcleos Temáticos		
Semana	Tema	Observaciones
01	Comunicación interactiva desde la experiencia de usuario. 35%	Presentación y diálogo sobre el programa del curso, y análisis de dos documentales web interactivos.
02		Artefacto, interfaz e interfase.
03		Análisis a tres productos web desde: artefacto, interfaz e interfase.
04		Customer journey
05		Neuromarketing
06		Hipermediaciones
07	Comunicación interactiva y expansión del relato digital. 35%	Transmedialidad
08		Expansión del relato digital
09		Mapping y videoinstalaciones
10		Cine expandido
11		Gamificación
12		Presentación propuestas
13	Proyecto interactivo 30%	Asesorías
14		Primera entrega
15		Correcciones
16	Exhibición	Exposición trabajo final

Núcleos problemáticos	Competencias			
	Formalizar	Argumentar	Estructurar	Conocimiento tecnológico
1. Comunicación interactiva desde la experiencia de usuario	A	M	B	B
2. Comunicación interactiva y expansión del relato digital.	A	M	A	A

3. Entrega final	M	A	A	A

Convenciones:
A: Nivel de Desarrollo Alto
M: Nivel de Desarrollo Medio
B: Nivel de Desarrollo Bajo

Metodología

El curso está diseñado para que mediante la lectura de textos y el visionaje de material interactivo, acordes a los conceptos presentados en los núcleos temáticos, se propicien discusiones que reflexionen sobre su estructura y su pertinencia. Simultáneamente, los estudiantes deberán desarrollar ejercicios que construyan propuestas autónomas que ejemplifiquen los conceptos abordados.

En un segundo momento, los estudiantes diseñarán un proyecto que articule los núcleos temáticos en una propuesta interactiva por grupos. Esta propuesta tendrá que proponer la funcionalidad de una interfaz, donde la percepción de los usuarios valide el trabajo presentado.

Desarrollo de Competencias

Al ser la asignatura un espacio de aplicación de conceptos y técnicas relacionadas con el reconocimiento y puesta en práctica de la comunicación interactiva, los estudiantes desarrollan competencias como estructurar, aplicando criterios de calidad a la hora de elaborar sus productos; como en el caso de este curso: interfaces dirigidas a públicos particulares. Para ello, la argumentación será otra competencia que se tendrá en cuenta para su ejercicio académico donde pondrán en práctica su capacidad de análisis y autocrítica frente a la usabilidad de lo creado.

Evaluación

En el primer 35% se desarrollarán ejercicios prácticos en clase que serán calificables. En el segundo 35 % siguiente los estudiantes realizarán tareas que socializarán en clases, y empezarán a desarrollar un producto interactivo donde pondrán a prueba lo aprendido durante el primer y segundo periodo. Y el último 30% será la culminación del proyecto interactivo.

CRONOGRAMA

SESIÓN	TEMA	ACTIVIDADES SÍNCRONAS	TRABAJO AUTÓNOMO DEL ESTUDIANTE	OBJETIVOS DE APRENDIZAJE
--------	------	-----------------------	---------------------------------	--------------------------

1	Presentación y diálogo sobre el programa del curso, y análisis de dos documentales web interactivos.	2 horas Clase magistral y debate sobre el curso	.	Acercamiento a productos interactivos, desde el relato expandido.
2	Artefacto, interfaz e interfase.	2 horas Clase magistral, debate de la clase y experimentación	Lectura de textos y tarea asignada	Interactividad en la cotidianeidad.

3	Análisis a tres productos web desde: artefacto, interfaz e interfase.	2 horas Clase magistral, debate de la clase y Experimentación.	Tarea asignada.	Análisis de la interfaz gráfica.
4	Customer journey	2 horas Clase magistral, debate de la clase y Experimentación.	Lectura asignada	Diagramar el viaje del usuario y conocer sus fases.
5	Neuromarketing	2 horas Clase magistral, debate de la clase e invitado.	Lectura asignada y tarea asignada.	Aprender estrategias de neuromarketing.

6	Hipermediaciones	2 horas Clase magistral, debate de la clase.	Mirar película.	Reconocer el impacto de las hipermediaciones en las comunicaciones.
7	Transmedialidad	2 horas Clase magistral, debate de la clase.	Mirar productos transmediáticos asignados. Lectura asignada.	Identificar como la transmedialidad genera otro tipo de lecturas.

8	Expansión del relato digital	2 horas Clase magistral, debate de la clase.	Analizar productos asignados. Lectura y tarea asignada.	Conocer nuevas formas de representación a partir de la expansión del relato digital.
9	Mapping y videoinstalaciones	2 horas Clase magistral, debate de la clase y experimentación	Lectura y tarea asignada.	Analizar el impacto comunicativo del mapping y las videoinstalaciones.
10	Cine expandido	2 horas de clase magistral, debate de la clase y experimentación	Lectura asignada.	Debatir sobre las posibilidades y limitaciones que ofrece el cine expandido.
11	Gamificación.	2 horas de clase magistral, debate de la clase y Experimentación.	Tarea asignada.	Experimentar las posibilidades que brinda la interfaz de juegos didácticos y digitales.
12	Presentación propuestas.	2 horas de exposiciones de trabajos grupales.	Avanzar proyecto Grupal.	Articular los elementos de la comunicación interactiva analizados en sesiones anteriores.
13	Asesorías.	2 horas De asesoría en proyectos.	Ajustar el proyecto.	Orientar el proyecto a mejorar en su proceso.
14	Primera entrega.	2 horas de revisiones de trabajos frente a públicos objetivo.	Ajustar el proyecto.	Orientar el proyecto a mejorar en su proceso teniendo en cuenta la opinión de los usuarios.
15	Correcciones	2 horas de asesoría para correcciones	Corregir el proyecto.	Realizar las correcciones buscando mejorar la experiencia del usuario, para obtener un producto de mayor calidad.
16	Exposición proyecto final	2 horas Socialización de cada proyecto	Difusión del proyecto.	Evaluar y difundir el proyecto.

Referentes Bibliográficos y webgrafía

- Krippendorf, K. (21 de abril de 2006). An exploration of Artificiality. *Artifact*, 1, 8-15.
- Bonsiepe, G. (1999). Del objeto a la interfase. *Mutaciones del diseño*. Tesis sobre el diseño, Edit. Infinito, Buenos Aires Argentina, 17, 18, 21, 22, 41 – 44.
- Zichermann, G. Cunningham, C. (2011). *Gamification by Design*. O'Reilly. Canada
- La Ferla, Jorge. (compilador) (2007). *El medio es el diseño audiovisual*. Editorial Universidad de Caldas. Colombia.
- Jenkins, H. (2006). *Convergence Culture: Where Old and New Media Collide*. New york: NYU Press.
- Proyecto Latin. (2014). *Temas de Diseño en Interacción Humano Computadora* CC BY-SA 3.0
- Weinrichter, A. (2010). *El dulce porvenir de un artefacto*. Notas sobre cine/arte/museo. Universidad Autónoma de Madrid. España.
- Scolari, C. (2008). *Hipermediaciones*. Editorial Gedisa, Barcelona, España.

<https://www.significados.com/interfaz/>

<https://www.netflix.com/> Black Mirror: Bandersnatch

<http://www.hipertexto.info/documentos/interfaz.htm>