

PRONTUARIO

TÍTULO:	Digital storytelling
CODIFICACIÓN:	CMU 260
PRERREQUISITO:	GIV 201
CRÉDITOS:	3 créditos 45 horas contacto 1 término

DESCRIPCIÓN

Este curso teórico-práctico expone al estudiante a las posibilidades que resultan de la combinación de la tecnología digital con el mundo de las comunicaciones. Técnicas de storytelling se interconectan con la perspectiva de los nuevos medios digitales, las redes y la capacidad de diseminación audiovisual. En el curso se analizan y discuten las tecnologías de producción digital y social de contenidos, y se construye contenido en los diversos medios (audio, imagen, vídeo, texto e hipertexto). Además, se discute el papel de los datos, junto con su recopilación y difusión. Se prepara al estudiante en la construcción de su identidad digital, emplea estrategias de trabajo práctico en línea, colaboraciones, análisis de lecturas y la creación de un portafolio digital en la Web abierta.

JUSTIFICACIÓN

Se trata de un curso esencial para entender la realidad de la Web social y su capacidad expresiva. Además, es un curso preparatorio al arte de construir historias y divulgarlas en medios digitales/Web. El egresado del Programa domina las tecnologías más actuales para utilizarlas de forma creativa y crítica. Las tecnologías expresivas de blogs y wikis son la punta del movimiento llamado Web 2.0 que propone una visión proactiva de la Web por parte del “consumidor”, que se transforma en “creador” de conocimiento. Resulta esencial dominar estos medios culturales para ser emprendedores de tecnología Web a principios del Siglo XXI. Sin embargo, este curso resulta sumamente provechoso también para todo aquel estudiante que quiera profundizar en estos temas.

COMPETENCIAS

El curso desarrolla en el o la estudiante las siguientes competencias:

- Comunicación
- Investigación y exploración

OBJETIVOS

Al final del curso el o la estudiante será capaz de:

1. Reconocer que la tecnología permite integrarnos social y culturalmente con el mundo.
2. Distinguir entre lo que es información, inferencia, interpretación o conclusión.
3. Organizar las ideas lógicas y coherentemente en forma oral, escrita y gráfica para transferir información a nuevos contextos y formatos.
4. Producir historias creativas que integren diversos formatos digitales (imágenes, hipertexto, vídeo, sonido y datos) para publicar en la Web.
5. Conocer las leyes que regulan el uso adecuado de la tecnología, así como las restricciones en el uso de información confidencial y de propiedad intelectual;
6. Utilizar con responsabilidad cívica, social y personal las tecnologías de información y comunicación.
7. Utilizar herramientas tecnológicas para crear documentos y productos de calidad en una variedad de formatos.
8. Recopilar información de forma colaborativa incorporando diversos medios y ambientes digitales.

CONTENIDO

- I. Medios digitales y redes sociales
 - A. Evolución
 - B. Historia de Internet/Web
 - C. Comunicación y colaboración por *microblogging*
 - D. Anotar y etiquetar o el arte del “tagging”
 - E. Creación colaborativa de documentos
 - F. Identidad digital
- II. Introducción al Storytelling y aspectos generales
 - A. Ejemplos en diversos medios
 - B. Características del material publicado en línea
 - C. Manejo de la información
 - D. Valores de la cultura de Internet/ Web

- E. Libertad de expresión vs. privacidad
- F. El concepto de “*Open*”
- III. Storytelling por medio de producción Web
 - A. La plataforma WordPress
 - B. Sindicación y RSS
 - C. Periodismo ciudadano
 - D. Agregadores y lectores de blogs
 - E. Curaduría digital
 - F. Storytelling creando en Wikipedia
- IV. Storytelling por Medios audiovisuales
 - A. Imágenes digitales y fotografía
 - B. Memes y GIFs animadas
 - C. Audio y podcast
 - D. Video en las redes
 - E. *Gaming*
 - F. Realidad Virtual y Aumentada
- V. Datos
 - A. Obtención y uso de datos
 - B. Visualización
 - C. “Embedding” de gráficas

METODOLOGÍA

Se recomiendan las siguientes estrategias de la metodología de aprendizaje activo:

- *Flipped classroom*
- Conferencias
- Discusión de temas
- Blogs, wikis, y otras herramientas y medios digitales
- Portafolio digital
- Análisis crítico de lecturas
- Trabajo en equipo y aprendizaje colaborativo en ambiente virtual
- Presentaciones orales con recursos multimedia

EVALUACIÓN

Proyecto o examen final	20%
Trabajo parcial	30%
Composiciones	30%
Presentaciones orales	10%
Participación	<u>10%</u>
Total	100%

AVALÚO DEL APRENDIZAJE

Se aplica la rúbrica de avalúo institucional a la actividad central del curso.

BIBLIOGRAFÍA

Arena, C. (2013). Digital Curation for Educators. Slideshare.

<http://www.slideshare.net/carlaarena/digital-curation-iatefl-2013>

Blood, R. (2003). Waging Peace: Using Our Powers For Good. Rebecca Blood's Blog.

http://www.rebeccablood.net/talks/waging_peace.html

Boutin, P. (2009). All You Need to Know to Twitter. The New York Times.

<http://www.nytimes.com/2009/05/07/technology/personaltech/07basics.html>

Bradshaw, L. (2012). The Practitioner's Guide to Creating Content Like a Publisher.

<http://www.slideshare.net/jess3/the-practitioners-guide-to-creating-content-like-a-publisher>

Bush, V. (1945). As We May Think. The Atlantic.

<http://www.theatlantic.com/magazine/archive/1945/07/as-we-may-think/303881/>

Cambroner, A. (2013). La pequeña guía del éxito en Twitter.

<http://www.blogpocket.com/2013/04/17/la-pequena-guia-del-exito-en-twitter/>

Carr, N. (2008). Is Google Making Us Stupid? - The Atlantic.

<http://www.theatlantic.com/magazine/archive/2008/07/is-google-making-us-stupid/306868/>

Castells, M. (2000). Internet y la Sociedad Red. Lección inaugural del programa de doctorado sobre la sociedad de la información y el conocimiento (UOC).

Universitat Oberta de Catalunya.

<https://pdfs.semanticscholar.org/089e/b8427c704700760e161b3ddd559712cb40d7.pdf>

EDUCAUSE. (2011). 7 Things You Should Know About Personalized Digital

Magazines. EDUCAUSE.edu. <http://www.educause.edu/library/resources/7-things-you-should-know-about-personalized-digital-magazines>

EDUCAUSE. (2011). 7 Things You Should Know About Social Content Curation.

EDUCAUSE.edu. <http://www.educause.edu/library/resources/7-things-you-should-know-about-social-content-curation>

EDUCAUSE. (2011). 7 Things You Should Know About Infographic Creation Tools.

EDUCAUSE.edu. <http://www.educause.edu/library/resources/7-things-you-should-know-about-infographic-creation-tools>

Internet Society (n.d.) Manage Your Identity. Internet Society.

<http://www.internetsociety.org/manage-your-identity>

Johnson, S. (2005). Tool for Thought. New York Times.

http://www.nytimes.com/2005/01/30/books/review/30JOHNSON.html?_r=0

Lessig, L. (2004). Free culture: how big media uses technology and the law to lock down culture and control creativity. Penguin.

- Levinson, P. (2012). *New New Media*. Pearson Education, Limited.
- Manovich, L. (2001). *The Language of new media*. MIT Press.
- McGonigal, J. (2011). *Reality Is Broken: Why Games Make Us Better and How They Can Change the World*. Penguin Books.
- Niu, J., & Niemi, H. (2019). Teachers' Pedagogical Role as Mediators in Leading and Guiding Students' Learning in Digital Storytelling (DST). *Seminar.Net: Media, Technology & Life-Long Learning*, (15(1), 1–24.). Ebscohost.
<http://search.ebscohost.com/login.aspx?direct=true&db=ehh&AN=137260287&lang=es&site=eds-live&scope=site>
- Rheingold, H. (2012). *Net Smart: How to Thrive Online*. The MIT Press.
- Roose, K. (2018, March 28). Can social media be saved? *The New York Times*.
<https://www.nytimes.com/2018/03/28/technology/social-media-privacy.html>
- Salas, J. (2018). El día en que las redes nos vendieron. *El País*.
https://elpais.com/tecnologia/2018/08/31/actualidad/1535729240_470782.html
- Shirky, C. (2009). Newspapers and Thinking the Unthinkable. Clay Shirky's Weblog.
<http://www.shirky.com/weblog/2009/03/newspapers-and-thinking-the-unthinkable/>
- Shirky, C. (2010). Does the Internet Make You Smarter?. *The Wall Street Journal*.
<http://online.wsj.com/article/SB10001424052748704025304575284973472694334.html>
- Soros, G. (2018). La amenaza de las redes sociales. *El País*.
https://elpais.com/elpais/2018/02/15/opinion/1518711895_561052.html

RECURSOS ELECTRÓNICOS

Portal Web de la clase *Digital Storytelling*.

Puede encontrar más recursos de información relacionados a los temas del curso en la página de la biblioteca <http://biblioteca.sagrado.edu/>

ACOMODO RAZONABLE

Para obtener información detallada del proceso y la documentación requerida, debe visitar la oficina correspondiente. Para garantizar igualdad de condiciones, en cumplimiento de la Ley ADA (1990) y el Acta de Rehabilitación (1973), según enmendada, todo estudiante que necesite servicios de acomodo razonable o asistencia especial deberá completar el proceso establecido por la Vicepresidencia de Asuntos Académicos.

INTEGRIDAD ACADÉMICA

Esta política aplica a todo estudiante matriculado en la Universidad del Sagrado Corazón para tomar cursos con o sin crédito académico. Una falta de integridad académica es todo acto u omisión que no demuestre la honestidad, transparencia y responsabilidad que debe caracterizar toda actividad académica. Todo estudiante que falte a la política de honradez, fraude y plagio se expone a las siguientes sanciones: recibirá nota de cero en la evaluación y/o repetición del trabajo en el seminario, nota de F(*) en el seminario: suspensión o expulsión según se establece en el documento de Política de Integridad Académica con fecha de efectividad de noviembre 2022.