SAGRADO
Universidad del Sagrado Corazón

**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. 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.

## 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. Distinguir entre lo que es información, inferencia, interpretación o conclusión.
2. Ordenar las ideas lógica y coherentemente en forma oral, escrita y gráfica para transferir información a nuevos contextos y formatos.
3. Producir historias creativas que integren diversos formatos digitales (imágenes, hipertexto, vídeo, sonido y datos) para publicar en la web.
4. Utilizar éticamente las herramientas tecnológicas para crear documentos y productos de calidad en una variedad de formatos.
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.

## 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*
- Aprendizaje colaborativo (AC)
- Blogs, wikis, y otras herramientas y medios digitales
- Portafolio digital

## EVALUACIÓN

| | |
|---|---|
| Participación | 10% |
| Trabajos parciaesl | 30% |
| Composiciones | 30% |
| Presentaciones orales | 10% |
| Proyecto o examen final | 20% |
| **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/

Cambronero, 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.

Derechos reservados | Sagrado | 2025