



## GUÍA DOCENTE

### MÓDULO II

## Asignatura 2.1. Nuevos lenguajes para la producción de contenidos multimedia

### OBJETIVO GENERAL

Con esta asignatura se pretende revisar los conceptos de comunicación y educación y la relación entre ambos en el contexto globalizado de la sociedad del conocimiento.

Al mismo tiempo que comprender la narrativa audiovisual y su evolución en un contexto de convergencia mediática, como elemento fundamental para la producción de contenidos multimedia.

### CONTENIDOS

1. Lenguaje Audiovisual. Definición, componentes y aplicación.
2. Géneros y formatos.
3. Medios y audiencias: De consumidores a prosumidores.
4. Narrativa clásica (storytelling) vs. narrativa digital (Digital storytelling).
5. De la teoría a la práctica: Casos exitosos de contenidos multimedia educomunicativos.

### METODOLOGÍA

La metodología del presente curso, se basa en el modelo educativo virtual desarrollado por la unidad de educación virtual de la Universidad Santiago de Cali, que clasifican en tres niveles las estrategias educativas, cada una de ellas, desarrolladas a través de técnicas de aprendizaje específicas:

1. Estrategias cognitivas.
  - a. Nivel Interpretativo: Observación; interpretación; entrevistas; foros de discusión; videoconferencia.
  - b. Nivel Argumentativo: Panel; debate; encuesta.
  - c. Nivel propositivo: ensayo; relatoría.



2. Estrategias metacognitivas
  - a. Análisis de tareas
  - b. Líneas de tiempo
3. Estrategias Integradoras.
  - a. Método de caso
  - b. Aprendizaje colaborativo
  - c. Método de proyectos

## REFERENCIAS

Cebrián Herrera, M. (2005). Información multimedia: soportes, lenguaje y aplicaciones empresariales. Madrid: Pearson Educación.

García Jiménez, J. (2000). Información Audiovisual. Madrid: Paraninfo.

Murray, J. (1997). Hamlet en la Holocubierta. El futuro de la narrativa en el ciberespacio. Barcelona, España: Paidós Ibérica. (Traducción de Susana Pajares Tosca).

Rincón, O. (2011). Nuevas narrativas televisivas: relajar, entretener, contar, ciudadanizar, experimentar. Comunicar, 36, 43-50. (DOI: 10.3916/C36-2011-02-04).

Scolari, C. (2009). Transmedia Storytelling: Implicit Consumers, Narrative Worlds, and Branding in Contemporary Media Production. International Journal of Communication 3 (2009), 586-606.