

PROGRAMA DE DOCTORADO EN LENGUAS, TEXTOS Y CONTEXTOS  
CURSO 2023/2024

ACTIVIDAD FORMATIVA

<b>Título</b>	<b>Estrategias transmedia para el perfil académico y la difusión de la investigación</b>			
<b>Coordinador/a</b>	<b>Nombre y apellidos</b>	María Ángeles Grande Rosales		
	<b>Departamento</b>	Lingüística General y Teoría de la Literatura (Universidad de Granada)		
	<b>Correo electrónico</b>	<a href="mailto:grande@ugr.es">grande@ugr.es</a>		
	<b>Teléfono</b>	958241000 ext. 20113		
<b>Profesorado</b>	<b>Nieves Rosendo Sánchez (Proyecto FicTrans, Universidad de Granada)</b> <a href="mailto:nrs@ugr.es">nrs@ugr.es</a>			
<b>Características de la actividad</b>	<b>Tipo de actividad</b>	Metodológica	Instrumental	X
		Otros		
	<b>Fechas de celebración</b>	<b>5 sesiones de 16:30 a 18:30.</b> <b>11,12,14,19 y 21 de Marzo</b>		
	<b>Horas</b>	<b>Totales</b> 10	<b>Presenciales</b> 10	<b>No presenciales</b>
	<b>Lugar de celebración</b>	<b>Aula García Lorca,</b> <b>Facultad de Filosofía y Letras</b>		
	<b>Número de plazas</b>	<b>25</b> (Por orden de inscripción)		
<b>Requisitos</b>				
<b>Inscripción</b>				
<b>Programa</b>	La actividad investigadora trae aparejada la necesidad de su difusión. Existen distintos mecanismos embebidos en los medios digitales que controlan, recopilan y ofrecen diversos datos que constituyen nuestra identidad académica digital y sobre los que tenemos un control limitado. Con las nuevas exigencias para los investigadores, es recomendable planificar e intentar reconducir el relato de lo que constituye nuestro			

	<p>trabajo dichos medios. El concepto del transmedia storytelling es especialmente útil precisamente porque va más allá de una serie de datos que pueden ser interpretados por terceros.</p> <ol style="list-style-type: none"> <li><b>1. Introducción</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>• <b>Nuestro doble digital</b></li> <li>• <b>Los medios digitales y la comunicación</b></li> <li>• <b>La transparencia y la información</b></li> </ul> </li> <li><b>2. La investigación en los medios digitales</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>• <b>Panorámica: un palimpsesto de datos para las métricas</b></li> <li>• <b>La defensa del currículum</b></li> <li>• <b>Altmetrics</b></li> </ul> </li> <li><b>3. Transmedia storytelling y transmedialidad.</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>• <b>Concepto. La estética del siglo XXI</b></li> <li>• <b>Proceso, colaboración, co-creación</b></li> <li>• <b>Ventajas y oportunidades de la transmedialización frente a la mera dispersión digital</b></li> </ul> </li> <li><b>4. Ideación y prototipado de nuestro proyecto</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>• <b>Transmedialización es transferencia</b></li> <li>• <b>Premisa, soportes y medios</b></li> <li>• <b>Storytelling: escribir nuestro relato</b></li> </ul> </li> <li><b>5. Planificación y estrategias de futuro</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>• <b>La transmedialización como proceso</b></li> <li>• <b>La adaptación como estrategia</b></li> <li>• <b>Prototipados y modelos: ejemplos y presentaciones</b></li> </ul> </li> </ol>	
<p><b>Bibliografía y recursos</b></p>	<p>Gambarato, R. R. (2013). Transmedia project design: Theoretical and analytical considerations. <i>Baltic screen media review</i>, (1), 80-100.</p> <p>Rosendo, Nieves (2019) Storytelling y Transmedia en e-learning. Open Course Ware. Universidad Internacional de Andalucía, <a href="http://hdl.handle.net/10334/5766">http://hdl.handle.net/10334/5766</a></p> <p>Sánchez-Mesa Martínez, Domingo (Ed.) (2019) <i>Narrativas transmediales. Las metamorfosis del relato en los nuevos medios digitales</i>. Barcelona: Gedisa.</p>	
<p><b>Evaluación</b></p>	<p><b>Procedimientos de evaluación</b></p>	<p><b>Asistencia y participación. La presentación de un guión o prototipo final es voluntaria.</b></p>