

Narratives i Imaginaris Col·lectius**2014/2015**

Codi: 42449

Crèdits: 6

Titulació	Tipus	Curs	Semestre
4313227 Mitjans, Comunicació i Cultura	OT	0	1

Professor de contacte

Nom: Lluís Albert Chillón Asensio

Correu electrònic: Albert.Chillon@uab.cat

Utilització de llengües

Llengua vehicular majoritària: espanyol (spa)

Grup íntegre en anglès: No

Grup íntegre en català: Sí

Grup íntegre en espanyol: No

Prerequisits

Llicenciats o graduats universitaris, prèviament admesos per la coordinació del Màster

Objectius

Identificar les principals narratives mediàtiques i imaginaries col·lectives, així com les seves problemàtiques essencials en la cultura contemporània

Competències

- Comprendre i tenir coneixements que aportin una base o una oportunitat per desenvolupar i/o aplicar idees de manera original, sovint en un context de recerca
- Que els estudiants tinguin les habilitats d'aprenentatge que els permetin continuar estudiant, en gran manera, amb treball autònom a autodirigit.
- Saber analitzar l'impacte de les estratègies dels grups mediàtics en els processos de comunicació social a fi de promoure noves formes de cultura i comunicació participatives
- Saber analitzar les noves formes de comunicació social generades per les TIC (tecnologies de la informació i de la comunicació) a fi d'innovar en les pràctiques de producció mediàtica i cultural i resoldre els problemes plantejats en els nous entorns.
- Treballar en equips de caràcter interdisciplinari i dirigir-los

Resultats d'aprenentatge

1. Comprendre i tenir coneixements que aportin una base o una oportunitat per desenvolupar i/o aplicar idees de manera original, sovint en un context de recerca
2. Dominar les teories i les metodologies més importants per a l'estudi de les narratives socials
3. Identificar l'indole i la funció de les principals narratives mediàtiques
4. Plantejar solucions pràctiques a les problemàtiques prèviament identificades
5. Que els estudiants tinguin les habilitats d'aprenentatge que els permetin continuar estudiant, en gran manera, amb treball autònom a autodirigit.
6. Reconèixer els imaginaries col·lectives i les seves problemàtiques essencials
7. Reconèixer les problemàtiques més rellevants vinculades amb els imaginaries urbans

8. Treballar en equips de caràcter interdisciplinari i dirigir-los

Continguts

1. Fonament per a l'estudi morfològic, tematològic i hermenèutic de la narració
2. Les narratives mediàtiques contemporànies i la seva relació amb la dialèctica entre cultura d'elit, cultura popular, cultura mediàtica i cultura de masses
3. Ingredients essencials de la 'inventio' mediàtica: arquetips, temes, motius, figures, 'loci', símbols i personatges.
4. Critesis i conceptes per a l'estudi antropològic de la comunicació mediàtica

Metodologia

El desenvolupament de l'assignatura es basarà en la conjugació de classes magistrals a càrrec del professor, seminaris basats en lectures compartides, realització d'un treball final i tutories 'ad hoc'

Activitats formatives

Títol	Hores	ECTS	Resultats d'aprenentatge
Tipus: Dirigides			
Classes magistrals	30	1,2	1, 2, 3, 5, 6, 7
Tipus: Supervisades			
Tutories	15	0,6	1, 2, 3, 4, 5, 6
Tipus: Autònomes			
Lectures i treballs de curs	105	4,2	4, 8

Avaluació

Treball final: 70%

Participació en els seminaris: 20%

Seguiment de les tutories: 10%

Activitats d'avaluació

Títol	Pes	Hores	ECTS	Resultats d'aprenentatge
Participació de l'estudiant	30%	0	0	1, 2, 3, 5, 6

Bibliografia

- Paul Ricoeur, Tiempo y narración, 3 vol., Madrid, Cristiandad, 1987
- Hans Georg Gadamer, Verdad y método, Salamanca, Sígueme, 1993
- Ernst Cassirer, Antropología filosófica, México, Fondo de Cultura Económica, 2012
- Gilbert Durand, Las estructuras antropológicas del imaginario, México, Fondo de Cultura Económica, 2004
- Lluís Duch y Albert Chillón, Un ser de mediaciones. Antropología de la comunicación, vol. I, Barcelona, Herder, 2012
- Alber Chillón, La palabra facticia. Literatura, periodismo y comunicación, Barcelona, Aldea Global, 2014