

Narrativas e Imaginarios Colectivos

2014/2015

Código: 42449

Créditos ECTS: 6

Titulación	Tipo	Curso	Semestre
4313227 Medios, Comunicación y Cultura	OT	0	1

Contacto

Nombre: Lluís Albert Chillón Asensio

Correo electrónico: Albert.Chillon@uab.cat

Uso de idiomas

Lengua vehicular mayoritaria: espanyol (spa)

Algún grupo íntegramente en inglés: No

Algún grupo íntegramente en catalán: Sí

Algún grupo íntegramente en español: No

Prerequisitos

Licenciados o graduados universitarios, previamente admitidos por la coordinación del Máster

Objetivos y contextualización

Identificar las principales narrativas mediáticas e imaginarios colectivos, así como sus problemáticas esenciales en la cultura contemporánea.

Competencias

- Dirigir y trabajar en equipos de carácter interdisciplinar.
- Poseer y comprender conocimientos que aporten una base y oportunidad de ser originales en el desarrollo y/o aplicación de ideas, a menudo en un contexto de investigación.
- Que los estudiantes posean las habilidades de aprendizaje que les permitan continuar estudiando de un modo que habrá de ser en gran medida autodirigido o autónomo
- Saber analizar el impacto de las estrategias de los grupos mediáticos en los procesos de comunicación social con el fin de promover nuevas formas de cultura y comunicación participativas.
- Saber analizar las nuevas formas de comunicación social generadas por las TIC (tecnologías de la información y de la comunicación) con el fin de innovar en las prácticas de producción mediática y cultural y resolver los problemas planteados en los nuevos entornos.

Resultados de aprendizaje

1. Dirigir y trabajar en equipos de carácter interdisciplinar.
2. Dominar las más importantes teorías y metodologías para el estudio de las narrativas sociales
3. Identificar la índole y función de las principales narrativas mediáticas
4. Plantear soluciones prácticas a las problemáticas previamente identificadas
5. Poseer y comprender conocimientos que aporten una base y oportunidad de ser originales en el desarrollo y/o aplicación de ideas, a menudo en un contexto de investigación.
6. Que los estudiantes posean las habilidades de aprendizaje que les permitan continuar estudiando de un modo que habrá de ser en gran medida autodirigido o autónomo
7. Reconocer las más relevantes problemáticas vinculadas con los imaginarios urbanos
8. Reconocer los imaginarios colectivos y sus problemáticas esenciales

Contenido

1. Fundamentos para el estudio morfológico, tematológico y hermenéutico de la narración
2. Las narrativas mediáticas contemporáneas y su relación con la dialéctica entre cultura de élite, cultura popular, cultura mediática y cultura de masas
3. Ingredientes esenciales de la 'inventio' mediática: arquetipos, temas, motivos, figuras, 'loci', símbolos, personajes.
4. Criterios y conceptos para el estudio antropológico de la comunicación mediática.

Metodología

El desarrollo de la asignatura se basará en la conjugación de clases magistrales a cargo del profesor, seminarios basados en lecturas compartidas, realización de un trabajo final y tutorías 'ad hoc'.

Actividades

Título	Horas	ECTS	Resultados de aprendizaje
Tipo: Dirigidas			
Clases magistrales	30	1,2	5, 2, 3, 6, 8, 7
Tipo: Supervisadas			
Tutorías	15	0,6	5, 2, 3, 4, 6, 8
Tipo: Autónomas			
Lecturas y trabajos de curso	105	4,2	4, 1

Evaluación

Trabajo final: 70%

Participación en los seminarios 20%

Seguimiento de las tutorías 10%

Actividades de evaluación

Título	Peso	Horas	ECTS	Resultados de aprendizaje
Participación del estudiante	30%	0	0	5, 2, 3, 6, 8
Realización de un trabajo final supervisado por el profesor	70%	0	0	5, 2, 3, 6

Bibliografía

- 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