



GUÍA DOCENTE 2014-2015

Creación de mitos en la sociedad de masas

Esta es la guía de la asignatura "Creación de mitos en la sociedad de masas" que se imparte en el tercer curso del Grado en Comunicación Audiovisual de la Universidad de Burgos

1. Denominación de la asignatura:

Creación de mitos en la sociedad de masas

Titulación

Grado en Comunicación Audiovisual

Código

5657

2. Materia o módulo a la que pertenece la asignatura:

Especialidad: Comunicación

3. Departamento(s) responsable(s) de la asignatura:

Ciencias Históricas y Geografía

4.a Profesor que imparte la docencia (Si fuese impartida por mas de uno/a incluir todos/as) :

María Isabel Menéndez Menéndez



4.b Coordinador de la asignatura

María Isabel Menéndez Menéndez

5. Curso y semestre en el que se imparte la asignatura:

Tercer curso, Segundo semestre

6. Tipo de la asignatura: (Básica, obligatoria u optativa)

Optativa

7. Número de créditos ECTS de la asignatura:

Seis (6) créditos ECTS

8. Competencias que debe adquirir el alumno/a al cursar la asignatura

CG a) 1. Flexibilidad y adaptabilidad. Capacidad de adaptación a los cambios tecnológicos, empresariales y organigramas laborales.

CG a) 3. Pensamiento y trabajo independiente.

CG a) 5. Creatividad e innovación. Aplicación de soluciones y puntos de vista personales al desarrollo de los proyectos

CG b) 1. Sociabilidad y modos adecuados de conducta.

CG b) 5. Conciencia solidaria. Respeto por las diferentes personas y pueblos del mundo, así como por los derechos humanos, en consonancia con las exigencias del mencionado RD1393/2007.

CG c) 1. Participación.

CG c) 2. Capacidad planificadora, coordinadora, organizativa y de administración del tiempo.

CG C) 4. Capacidad de tomar decisiones, acertar al elegir en situaciones de incertidumbre y asumir responsabilidades.

CE a) 4. Conocer la historia y evolución de los distintos medios audiovisuales (fotografía, cine, radio, televisión, vídeo, cine y soportes multimedia), además de su importancia social y cultural a lo largo del tiempo; así como de la publicidad, a través de sus propuestas estéticas e industriales.

CE a) 7. Conocer y aplicar los diferentes métodos de construcción (guión) y análisis de los relatos audiovisuales, así como las políticas de comunicación persuasiva en los mercados audiovisuales.

CE b) 8. Analizar las estructuras, los contenidos y los estilos de los relatos audiovisuales, considerándolos en su contexto.



- CE c) 1. Realizar el análisis socio-cultural y de las dimensiones política, económica y tecnológica de la sociedad actual.
- CE c) 2. Conocer las teorías, los métodos y los problemas de la comunicación audiovisual y sus discursos, así como su relación con las ciencias sociales y las nuevas tecnologías.
- CE c) 3. Percibir críticamente el panorama audiovisual que ofrece el universo comunicativo que nos rodea, considerando los mensajes en su contexto.

9. Programa de la asignatura

9.1- Objetivos docentes
Los objetivos de esta asignatura son: familiarizar al alumnado con el concepto de mito, su evolución histórica y sus diversas interpretaciones en la sociedad de masas. Así mismo, deberá manejar un lenguaje conceptual adecuado y actualizado en el ámbito de la comunicación. La asignatura introducirá al alumnado en el conocimiento de las aportaciones científicas y de las humanidades en el estudio de los fenómenos contemporáneos de comunicación. En la asignatura, se analizará el concepto de mito, atendiendo a su evolución e interpretaciones a lo largo de la historia; se estudiará el papel del héroe/heroína y el de los rituales en distintas manifestaciones sociales. Al finalizar la asignatura, el alumnado será capaz de interpretar y razonar la presencia del mito en los mass media: comic, cine, televisión y publicidad; valorar el papel desempeñado por el héroe/heroína en el mito y analizar su (re)interpretación en los medios de comunicación contemporáneos.
9.2- Unidades docentes (Bloques de contenidos)
1. Aproximación al concepto de mito 1.1. Definiciones de mito, mitología, mítico 1.2. Mitos fundacionales en distintas culturas 1.3. Naturaleza de los mitos



1.4. El mito, la leyenda y el cuento popular

2. Funciones del mito en la sociedad moderna

2.1. El mito en el psicoanálisis (Campbell, May)

2.2. El mito en la semiótica (Barthes)

2.3. El mito en el discurso audiovisual (Gubern)

2.4. El mito en la sociedad de consumo (Baudrillard)

3. Héroes y heroínas

3.1. Héroes en la mitología clásica

3.2. El viaje del héroe

3.3. Héroes y superhéroes en la cultura de masas

3.4. Héroes populares: la fama y la notoriedad

4. Mitos y rituales en la sociedad contemporánea

4.1. Rituales contemporáneos: Disney, McMundo

4.2. El mito de la eterna juventud y el culto al cuerpo



4.3. Otros mitos y rituales: deporte y fútbol

4.4. Mitos del siglo XXI: ciencia y tecnología

9.3- Bibliografía

BIBLIOGRAFÍA BÁSICA

BARTHES, Roland, (1986) El mito hoy, Siglo XXI, México, Mitologías,
BAUDRILLARD, Jean, (2007 (1970)) La sociedad de consumo. Sus mitos, sus estructuras, Siglo XXI, Madrid,
BAUZÁ, Hugo Francisco, (2007) El mito del héroe. Morfología y semántica de la figura heroica, Fondo de Cultura Económica, Argentina,
CAMPBELL, Joseph, (1991) El poder del mito, Emecé, Barcelona,
MAY, Rollo, (1992) La necesidad del mito. La influencia de los modelos culturales en el mundo contemporáneo, Paidós, Barcelona,

BIBLIOGRAFÍA COMPLEMENTARIA

ALBA DE DIEGO, Vidal, (1976) La publicidad: sociedad, mito y lenguaje, Planeta, Barcelona,
BETTELHEIM, Bruno, (1999) Psicoanálisis de los cuentos de hadas, Crítica, Barcelona,
CAILLOIS, Roger, (1988 (1938)) El mito y el hombre, Fondo de Cultura Económica, México,
CAMPBELL, Joseph, (2011 (1959)) El héroe de las mil caras. Psicoanálisis del mito, Fondo de Cultura Económica, México,
CERDA, Hugo, (2013) Mitos de la sociedad moderna. Un negocio lucrativo, Ecoe Ediciones, Bogotá,
DE VILLENA, Luis Antonio, (2011) Diccionario de mitos clásicos para uso de modernos, Gredos, Madrid,
ELIADE, Mircea, (1973) Mito y realidad, Guadarrama, Madrid,
GUBERN, Román, (1993) Espejo de fantasmas, Espasa Calpe, Madrid,
LEÓN, José Luis, (2001) Mitoanálisis de la publicidad, Ariel, Barcelona,
LEVI-STRAUSS, Claude, (2008) Mito y significado, Alianza editorial, Madrid,
LÓPEZ GARCÍA, Ángel, (1995) Mitologías de fin de siglo, Eutopías, Valencia,
MELETINSKI, Eleazar, (2001) El mito. Literatura y folklore, Akal, Madrid,



MENÉNDEZ, María Isabel, (2006) El zapato de Cenicienta. El cuento de hadas del discurso mediático, Trabe, Madrid,

PROPP, Vladimir, (2009 (1928)) Morfología del cuento, Akal, Madrid,

PROPP, Vladimir, (1974) Las raíces históricas del cuento, Fundamentos, Madrid,

SAVATER, Fernando, (2004) La tarea del héroe, Taurus, Barcelona,

VERNANT, Jean Pierre, (2009) Razones del mito, Siglo XXI, Madrid, Mito y sociedad en la Grecia Antigua,

VERNANT, Jean Pierre, (2000) El universo, los dioses y los hombres, Anagrama, Barcelona,

WOLF, Naomi, (1991) El mito de la belleza, Emecé, Barcelona,

10. Metodología de enseñanza y aprendizaje y su relación con las competencias que debe adquirir el estudiante:

Las clases magistrales (clases teóricas) se complementarán con la proyección de materiales audiovisuales y lecturas de textos relacionados con la materia. Además, se estimulará la reflexión conjunta, la interacción entre el alumnado y el debate sobre diversos aspectos conceptuales, especialmente en las clases prácticas (pequeño grupo). A lo largo del semestre se aportarán textos básicos de lectura obligatoria para profundizar en el conocimiento teórico y desarrollar las competencias relacionadas.

Metodología	Competencia relacionada	Horas presenciales	Horas de trabajo	Total de horas
Clases teóricas	CG a) 1, 3 CE a) 4	40	0	40
Clases prácticas (pequeño grupo)	CG b) 1, 5 c) 2, 4 CE a) 7 b) 8	9	0	9
Lecturas y recensiones	CG a) 5 CG b) 3 CE b) 8 c) 1, 2	0	36	36
Tutorías	CG b) 1 c) 2	5	0	5



	CE c) 3			
Realización de trabajos, informes, memorias y pruebas de evaluación	CG b) 1, 3 CE c) 2, 4	0	60	60
Total		54	96	150

11. Sistemas de evaluación:

Para superar la asignatura es necesario que en cada una de las pruebas se obtenga un mínimo de 5 puntos sobre 10.

Cada prueba puede incluir requisitos específicos para su superación, que se indican en el momento de efectuarla y que pueden incluir la imposibilidad de dejar preguntas en blanco o la obligatoriedad de contemplar un mínimo de respuestas acertadas.

La asignatura se evalúa siguiendo un modelo de evaluación continua, por lo que se entiende que el alumnado asiste de forma regular a clase.

Es necesario que el alumnado acceda regularmente a la plataforma UbuVirtual donde se colgarán materiales e indicaciones para el seguimiento de la asignatura.

La expresión y la ortografía se tienen en cuenta en la evaluación.

En caso de no superar la asignatura, en Convocatoria Extraordinaria únicamente se vuelven a evaluar las pruebas no superadas.

Procedimiento	Peso primera convocatoria	Peso segunda convocatoria
Prueba práctica (entrega al final del semestre)	30 %	30 %
Lecturas y recensiones	30 %	30 %
Prueba final	40 %	40 %
Total	100 %	100 %



Evaluación excepcional:

El alumnado que, por razones excepcionales, no pueda seguir los procedimientos ordinarios de evaluación continua podrá solicitar acogerse en su lugar a la “Evaluación Excepcional” (Reglamento de Evaluación de la UBU, art. 9). La solicitud, razonada y por escrito, se presentará al Decano/a del centro durante las dos primeras semanas de impartición de la asignatura. En caso de que la condición de excepcionalidad le sea admitida, constará de aquellas pruebas que considere el Departamento.

La evaluación excepcional consistirá en entregar los mismos trabajos y actividades que realiza el alumnado que asiste regularmente a clase y en las mismas fechas. Si la prueba práctica que se entrega al final del semestre fuera en grupo, se adaptará para que el/la alumno/a pueda realizarla individualmente. Será necesario obtener al menos un 5 sobre 10 en cada una de las pruebas para superar la asignatura.

En el caso del alumnado que participe en el programa Universitario Cantera, la calificación se determinará en función del desempeño de las tareas que le sean asignadas en el marco del programa.

12. Recursos de aprendizaje y apoyo tutorial:

RECURSOS DE APRENDIZAJE:

1. Medios audiovisuales: ordenador con acceso a Internet, cañón proyector, vídeo.
2. Medios electrónicos: plataforma Moodle, correo electrónico.
3. Medios impresos: fotocopias, biblioteca.

APOYO TUTORIAL

1. Tutorías grupales.
2. Tutorías individualizadas.

13. Calendarios y horarios:

Información actualizada en la web del título.

14. Idioma en que se imparte:

Español