



GUÍA DOCENTE 2019-2020
Creación de mitos en la sociedad de masas

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:

Historia, Geografía y Comunicación

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

María Isabel Menéndez Menéndez (mimenendez@ubu.es; 947258019; CV:
<http://apps.ubu.es/profesorado/cv.php?docente=mimenendez@ubu.es>)

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) 3. Pensamiento y trabajo independiente. 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. CE b) 8. Analizar las estructuras, los contenidos y los estilos de los relatos audiovisuales, considerándolos en su contexto. 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 y en los distintos productos culturales.



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
2.2. El mito en la semiótica
2.3. El mito en el discurso audiovisual
2.4. El mito en la sociedad de consumo
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. Otras mitologías contemporáneas: deporte y fútbol
4.3. El mito de la eterna juventud y el del culto al cuerpo



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,
ALBERICH Enric, (2014) Héroes, reyes y mitos. Desde Ben-Hur a Gladiator, Robin Book, Barcelona,
BERNÁRDEZ RODAL Asunción, (2018) Soft Power: Heroínas y muñecas en la cultura mediática, Fundamentos, Madrid,
BETTELHEIM, Bruno, (1999) Psicoanálisis de los cuentos de hadas, Crítica, Barcelona,
BURGUILLOS, María, (2018) Alas y garras. El mito de Lilith en la literatura y el cine, UcoPress (Universidad de Córdoba), Córdoba,
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,
EMBED, Julio, (2018) Con capa y antifaz. La ideología de los superhéroes, Madrid, Los libros de la catarata,
FURNARI, Salvatore, (2001) Comentario a los mitos, leyendas y tradiciones en la Sicilia Greco-Romana, Kompass Media Center, Catania (Italia),
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,
McCAUSLAND Elisa, (2017) Wonder Woman. El feminismo como superpoder, Errata Naturae, Madrid,



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,
PEÑA PÉREZ Francisco J., (2018) Entre mitos: la otra historia de Castilla, Atticus, Burgos,
PROPP, Vladimir, (2009 (1928)) Morfología del cuento, Akal, Madrid,
PROPP, Vladimir, (1974) Las raíces históricas del cuento, Fundamentos, Madrid,
RAYA, Irene (coord.), (2019) El viaje de la heroína. 10 iconos femeninos épicos del cine y la televisión, Readuck ediciones, Sevilla,
SAVATER, Fernando, (2004) La tarea del héroe, Taurus, Barcelona,
SUNSTEIN, Cass R., (2017) La última mitología. El mundo según Star Wars, Alpha Decay, Barcelona,
TORREGROSA Daniel, (2018) Del mito al laboratorio. La inspiración de la mitología en la ciencia, Cálamo, Palencia,
VARGAS-IGLESIAS Juan J., (2014) Los héroes están muertos. Heroísmo y villanía en la televisión del nuevo milenio, Dolmen Editorial, Palma de Mallorca,
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) 3	42	22	64
Clases prácticas (pequeño grupo)	CG b) 5 c) 1, 2 CE b) 8	12	10	22



Lecturas y recensiones	CE b) 8	0	10	10
Tutorías	CG c) 2 CE c) 3	0	4	4
Realización de trabajos, informes, memorias y pruebas de evaluación	CG c) 2 CE c) 3	0	50	50
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.

En función del número de matrícula, la profesora podrá ofrecer la posibilidad de evaluación mediante portfolio.

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.

Es posible que se ofrezca al alumnado su participación en actividades extracurriculares (jornadas, seminarios, conferencias...) que pueden formar parte de la parte práctica de la asignatura y por tanto evaluables si así lo considera la profesora.

En caso de no superar la asignatura, en Convocatoria Extraordinaria únicamente se vuelven a evaluar las pruebas no superadas. La prueba práctica NO es recuperable en segunda convocatoria. Las lecturas y recensiones sí son recuperables pero es obligatorio que su entrega sea anterior al examen extraordinario para su evaluación en segunda convocatoria.

La profesora podrá flexibilizar el sistema de evaluación para el alumnado de intercambio, con el fin de atender a las circunstancias excepcionales que pudieran presentarse.

Para la evaluación de esta asignatura en Convocatoria Extraordinaria Fin de Estudios



de Grado se prevé realizar una única prueba, en la fecha que el Centro establezca, en la que se evalúan tanto los contenidos teóricos como los aspectos prácticos.

Procedimiento	Peso primera convocatoria	Peso segunda convocatoria
Prueba práctica (entrega al final del semestre)	30 %	30 %
Lecturas y recensiones/Actividades complementarias	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. Estas cuestiones se explicarán al alumnado en tutorías presenciales. 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:

Información disponible en la web del título: <http://www.ubu.es/grado-en-comunicacion-audiovisual>

13. Calendarios y horarios:

Información actualizada en la web del título: <http://www.ubu.es/grado-en-comunicacion-audiovisual>



14. Idioma en que se imparte:

Español