



Universidad Tecnológica de Pereira
Facultad de Bellas Artes y Humanidades
Departamento de Humanidades

Asignatura:	Humanidades I Culturas mediáticas y subjetividades contemporáneas
Código:	BA172
Intensidad:	3 horas semanales
Créditos:	2
Docente:	Julián Andrés Burgos Suárez

1. Resumen:

Este curso es una aproximación al problema de la gestión del sentido colectivo que se da en el actual entorno mediático, donde transcurre buena parte de la actividad humana contemporánea. Dicho entorno, se traduce en el imbricado circuito comunicativo que involucra los procesos de producción, circulación y apropiación de formas simbólicas constitutivas de las subjetividades.

Si bien se hace referencia a la comunicación como un proceso de tres estadios claramente diferenciados, la comunicación no es estática. Los procesos de producción y apropiación están relacionados, y ya no se les puede diagramar de forma lineal, sino que toman la forma de red, en la cual, el sentido viaja y se desplaza de un nodo a otro, cambiando, reconfigurándose, ampliándose y complejizándose constantemente.

En ese orden de ideas, las formas simbólicas, y las prácticas socio-culturales que las construyen, entendiéndose producción y consumo de forma imbricada, deben comprenderse como parte de un proceso de gestión del significado, es decir, de construcción constante de mapas simbólicos desde donde los seres humanos definen sus sistemas de creencias. En esta dinámica de lo simbólico, las lógicas estructurales de configuración de discursos y narrativas se encuentran con las formas alternativas, emergentes y marginales de construcción de los relatos de sentido particular, generando procesos de desplazamiento, imposición o negociación cultural de sentido.

La forma material y simbólica que hace posible la gestión del sentido social hoy está anclada al sistema mediático. Es por dicho sistema que se gestiona lo global y se visibiliza lo local y lo particular en clave cultural.

No significa esto que la cultura sea un derivado de la tecnología tan abrumadora hoy, o que las esferas económicas, políticas y sociales no tengan una injerencia estructurante en la conformación de esos mapas simbólicos. Se trata más bien de entender cómo el sistema mediático existe inmerso en dichas esferas estructurantes bajo el encargo de gestionar la producción del sentido, o cómo esas esferas constitutivas de lo social derivan en un sistema tecno-simbólico que está cambiando el orden global.

El conjunto de esas experiencias configuradoras de sentido que se dan en el proceso no lineal de producción, circulación y apropiación de formas simbólicas, conforman el campo de problemas y temas que da cuenta de las culturas mediáticas. Este "campo de

problemas” es dinámico: la producción de formas simbólicas no es comprensible hoy sin entender el consumo de las mismas, y a su vez, en el consumo de éstas termina y amplía su propio proceso de producción. El modo de “entrar” en la comprensión de esta dinámica de comunicación cultural exige una actitud problémica que genere preguntas ya no sobre los procesos de producción y apropiación como estadios diferenciados de la comunicación mediática, sino una pregunta por la gestión mediática del significado que comprenda la cultura como un circuito en constante creación, en el cual se construyen las subjetividades contemporáneas.

2. Objetivos:

Objetivo institucional:

Generar espacios de reflexión y acción que fortalezcan la educación para la libertad, la autonomía y el desarrollo pleno del ser humano como persona, profesional y miembro del colectivo social.

Objetivos de la Asignatura:

Objetivo del programa.

Brindar elementos que permitan comprender las humanidades en relación con los procesos de formación basado en el pensamiento crítico en los estudiantes universitarios.

Objetivos específicos.

- Comprender el lugar de las humanidades en la problemática actual de las culturas mediáticas.
- Entender las dinámicas del poder simbólico que se presentan en las nuevas formas de visibilización y reconocimiento de las demandas e intereses colectivos que gestiona el ecosistema mediático.
- Reconocer el problema de la memoria no como un asunto que se relaciona con el establecimiento del pasado, sino como una forma en que las culturas se definen en el presente y orientan su futuro.
- Entender como las culturas mediáticas pueden construir sus identidades narrativamente.

1. Competencias del curso

Son competencias a alcanzar en el presente curso:

- Deconstruir ideas sobre el universo social a partir de textos generales sobre la cultura con el fin de incluir aspectos emergentes de la contemporaneidad.
- Indagar y analizar de manera crítica y reflexiva y desde diferentes perspectivas, las problemáticas propias de las interacciones sociales, culturales y físicas en contextos concretos.

- Capacidad para ver las cosas desde una perspectiva diferente a como se contemplan usualmente

2. Resultados de aprendizaje

Una vez finalizado el curso, los estudiantes podrán:

- Identifica distintos modelos de realidad social y humana en el contexto próximo y lejano, desde perspectivas diversas.
- Cuestiona y debate situaciones de su contexto profesional y sociocultural.
- Trabaja eficientemente de manera autónoma y comunica de manera efectiva sus ideas.
- Identifica los discursos como productos simbólicos que cumplen una función dentro de las estructuras de poder (argumentos, premisas, interlocutores, intenciones).
- Analiza y adopta actitudes críticas y autocríticas (argumento, consenso y disenso).
- Interpreta, analiza y produce textos escritos con sentido y pertinencia.

3. Contenido:

Núcleo Problemático 1:

La pregunta por las humanidades en el entorno mediático-comunicativo.

Temas:

Los fantasmas de Frankfurt: La racionalidad técnica y la enajenación de la razón humana.

La producción cultural y las subjetividades contemporáneas

“El consumo sirve para pensar” mutaciones mediáticas de las identidades.

Núcleo Problemático 2:

La comunicación y las políticas del reconocimiento

Temas:

Comunidades de apropiación “Consumidores y ciudadanos”

Medios, redes y nuevos regímenes de visibilidad política.

Núcleo Problemático 3: Historia, memoria y comunicación

Temas:

Memoria histórica, memoria colectiva y memoria comunicativa
Las estructuras narrativas de la memoria colectiva. Culturas mediáticas como culturas del recuerdo.

Núcleo Problemático 4:

Culturas mediáticas y subjetividades.

Temas:

¿De qué hablamos cuando hablamos de narrativas? El concepto, los límites, abusos y derivas de un concepto.
Las culturas mediáticas como culturas narrativas. Las identidades narrativas

4. Requisitos o Prerequisitos

Se espera que los estudiantes tengan competencias lecto-escriturales y comunicativas básicas. Un conocimiento idóneo de su disciplina y su campo de actuación profesional.

5. Recursos Lecturas:

- Anderson, B. (1993). Comunidades Imaginadas. Buenos Aires, Argentina: Fondo de Cultura Económica.
- Benjamin, W. (1988). Poesía y capitalismo. Iluminaciones II. Madrid, España: Taurus.
- Curran, J., Morley, D., y Walkerdine, V. comp. (1998). Estudios Culturales y Comunicación. Análisis, producción y consumo cultural de las políticas de identidad y el posmodernismo. Barcelona, España.: Paidós.
- Chillón, A. (2000). "La Urdimbre mito-poética de la cultura mediática". Análisi. Quaderns de comunicació i cultura, (24).
- Chillón, A y Duch, LL. (2012). Un ser de mediaciones. Antropología de la comunicación. Barcelona, España: Herder.
- Erll, A. (2012). Memoria Colectiva y Culturas del Recuerdo. Bogotá: Colombia, Universidad de Los Andes.
- García Canclini, N. (2006). "El Consumo Cultural: Una propuesta teórica". En: Sunkel, G. (comp.) (2006). EL Consumo Cultural en América Latina. Bogotá, Colombia: Convenio Andrés Bello.
- Hall, S. (1998). "Significado, representación, ideología: Althusser y los debates postestructuralistas". En: Curran, J., Morley, D., y Walkerdine, V. comp. (1998). Estudios Culturales y Comunicación. Análisis, producción y consumo cultural de las políticas de identidad y el posmodernismo. Barcelona, España: Paidós.
- Hall, S. (1996). Codificar y decodificar. En: Culture, media Lenguaje. Working Papers in Cultural Studies 72-79. Birmingham, UK: Routledge and CCCS University of Birmingham.
- Hall, S. (2010). Sin Garantías. Trayectorias y Problemáticas en estudios culturales. Popayán, Colombia: Envió Editores.
- Martín-Barbero, J. (2003). Oficio de Cartógrafo. Travesías latinoamericanas de la comunicación en la cultura. Bogotá, Colombia: Fondo de Cultura Económica.

Martín-Barbero, J. (2003b). La Educación desde la Comunicación. Bogotá, Colombia: Norma.

Martín-Barbero, J. (1986). De los medios a las mediaciones. Bogotá, Colombia: Convenio Andrés Bello.

Morley, D. (1996). Televisión, audiencias y estudios culturales. Buenos Aires, Argentina: Amorrortu Editores.

Muñoz, B. (2005). La Cultura Global. Medios de comunicación, cultura e ideología en la sociedad globalizada. Madrid, España: Pearson.

Ricoeur, P. (2000). "Narratividad, fenomenología y hermenéutica". Análisi. Quaderns de comunicació i cultura, (25).

White, H. (2011). La Ficción de la Narrativa. Ensayos sobre literatura, historia y teoría. Buenos Aires: Argentina, Eterna Cadencia, Editora.

Películas y videos:

La Rosa Púrpura del Cairo (1986) Asesinos por Naturaleza (1994)

Las Tortugas también vuelan (2004) Persépolis (2007)

No te metas con los gatos (2020) Serie Mr Robot (2015)

6. Herramientas técnicas de soporte para la enseñanza:

Guías y talleres en clase Lecturas en pdf

Material audiovisual, videos, documentales, películas.

7. Trabajos en laboratorio y proyectos

Dentro de los talleres que se realizarán, se contemplan las actividades extra-aula en las que se explorarán diferentes formas de acercarse a las realidades cotidianas de los estudiantes, para visualizar los conceptos y categorías teóricas, de un modo práctico.

8. Métodos de aprendizaje

Los encuentros en el aula desplegarán tanto trabajo docente como de los estudiantes. Por parte del docente, los procesos de enseñanza se basan en explicaciones acompañadas por el análisis de material mediático, y la lectura e interpretación de las lecturas respectivas. Por parte del proceso que desarrolla el estudiante, el trabajo en grupo, la producción textual y mediática y el trabajo independiente, ayudarán a lograr los objetivos del curso.

9. Métodos de evaluación

El método de evaluación responde al enfoque institucional que encuentra en lo cuantitativo las unidades de valor para ubicar el nivel de aprendizaje de cada estudiante en una escala de valor de 0.0 a 5.0.



Las actividades a evaluar son las siguientes:

- Trabajos y talleres en clase. 20%
- Primer parcial 25%
- Segundo parcial 25%
- Proyecto final 30%

