



Datos de identificación										
Nombre de la asignatura		Producción y consumo de contenidos culturales en el contexto digital: debates, discursos y representaciones					Ciclo	Tercer semestre		
Tipo de Asignatura		<input type="checkbox"/> Obligatoria <input checked="" type="checkbox"/> Optativa <input type="checkbox"/> Extracurricular			<input checked="" type="checkbox"/> Curso <input type="checkbox"/> Seminario <input type="checkbox"/> Taller					
Modalidad		<input type="checkbox"/> Presencial <input type="checkbox"/> Videoconferencia <input checked="" type="checkbox"/> Mixto			Instalaciones		<input checked="" type="checkbox"/> Aula <input type="checkbox"/> Laboratorio Otro: <input type="text"/>			
Clave		80P57		Seriación		Clave seriación				
Horas teóricas		45	Horas laboratorio		Horas prácticas de campo		Total de horas	45	Total de créditos	6
Definiciones generales de la asignatura										
Objetivo(s) general(es) de la asignatura		El objetivo de este curso es introducir a la pluralidad de aproximaciones y debates sobre el estudio de diversos contenidos culturales en el contexto digital.								
Aportación de esta materia al perfil de egreso de la/el estudiante		Al final del curso el estudiante será capaz de analizar críticamente los aspectos simbólicos y sociales de producciones visuales, sonoras, mediáticas, articulados en regímenes de producción de sentido de realidades sociales específicas.								
Descripción de la orientación de la asignatura en coherencia con el perfil de egreso		Abordar de manera compleja y reflexiva los aspectos simbólicos y sociales en la producción y consumo de narrativas desde lo visual, sonoro y mediático permitirá, por un lado, que las y los estudiantes puedan elaborar de manera crítica proyectos de investigación, gestión y/o intervención en torno a la producción de narrativas desde estas plataformas y, por el otro lado, las consecuencias sociales del consumo de estos contenidos, permitirá anclar el análisis de los procesos audiovisuales y mediáticos en relación con los debates contemporáneos en el campo de los estudios culturales.								
Cobertura de la asignatura		La asignatura considerará distintas aproximaciones teóricas y metodológicas en torno a los estudios sobre consumo y producción de la cultura, de lo visual, de lo sonoro, y de los medios. Se revisarán trabajos en torno al análisis fílmico, fotográfico, sonoro, mediático desde una diversidad de perspectivas y aproximaciones como narrativas digitales, encuadres mediáticos, cine etnográfico, trabajos audiovisuales participativos, entre otras.								
Profundidad de la asignatura		Como parte del eje de especialización Cultura y mundo digital, la asignatura posibilitará que las y los estudiantes comprendan de manera crítica los entramados simbólicos y significados sociales en la producción y consumo de narrativas mediáticas, digitales, sonoras, visuales y audiovisuales en un contexto de digitalización del mundo, desde enfoques interdisciplinarios y desde una diversidad de posturas epistemológicas.								
Temario										
Unidad		Objetivo			Tema			Producto a evaluar		
1. La producción de contenidos culturales desde diferentes registros sensoriales		En esta unidad se abordarán históricamente diferentes plataformas a través de las cuales se han producido contenidos culturales desde diferentes registros sensoriales y se ubicarán los regímenes de producción de sentido específicos de su emergencia.			1.1. El régimen escópico y la producción fotográfica y fílmica 1.2. El visuocentrismo, la acusmática y la producción sonora 1.3. Narrativas y representaciones mediáticas 1.4. Creatividad y otras sensorialidades			Reportes de lectura y participación en clase		



2. El consumo de contenidos culturales	En esta unidad se conocerán las diversas aproximaciones teóricas sobre el consumo cultural desde aproximaciones localizadas en nuestra región.	2.1. El concepto de consumo cultural 2.2 Antropología y sociología del consumo 2.3 Consumo cultural y movimientos sociales	Reportes de lectura y participación en clase
3. El análisis de contenidos culturales en el contexto digital	En esta unidad el estudiante se aproximará a diferentes postulados epistemológicos y perspectivas analíticas que sirven de sustento para la investigación de contenidos culturales desde diversos registros sensoriales en el contexto digital.	3.1. Investigar materiales visuales, sonoros y audiovisuales 3.2. Análisis de narrativas mediáticas 3.3. Aproximaciones sensoriales. Fundamentos y prácticas 3.4 Análisis de redes sociodigitales	Reportes de lectura y participación en clase

Estrategias de aprendizaje utilizadas

El curso se impartirá en forma de seminario en el que el/la profesor/a expondrá en una parte de la sesión y el estudiantado participará activamente con base en las lecturas asignadas a cada unidad. Durante cada sesión los alumnos expondrán uno de los textos seleccionados por el/la profesor/a.

Métodos y estrategias de evaluación

Reportes de lectura: 50%
Ensayo final: 30%
Exposición: 20%

Bibliografía

Beattie, K. (2004). *Documentary Screens*. Londres: Palgrave McMillan.

Berger, J. y Mohr, J. (1998). *Otra manera de contar*. Murcia: Mestizo.

Berlant, L, (2011), *Cruel Optimism*. Duke University Press: Durham and London

Boltanski, L, (2004) *Distant Suffering. Morality, Media and Politics*, UK: Cambridge University Press

Burri, V. (2012). Visual rationalities: Towards a sociology of images. *Current Sociology*, 60(1), 45-60. doi: 10.1177/0011392111426647

Burrows, T. (2017). *The Art of Sound. A Visual History for Audiophiles*. Londres: Thames & Hudson.

Carrera J. (2016). "La sociofotografía. Aportes epistémicos para una triangulación entre fotografía y antropología" *Revista de Antropología Experimental*, 16(6), 79-89.

Chion, M. (1999). *El sonido. Música, cine, literatura...* Barcelona: Paidós.

Didi-Huberman, G. (2004). *Imágenes pese a todo. Memoria visual del holocausto*. Barcelona: Paidós.

Douglas, Mary y Baron Isherwood (1990) *El mundo de los bienes. Hacia una antropología del consumo*. México: Grijalbo / Consejo Nacional para la Cultura y las Artes.

García Canclini, Néstor et al. (1991) *Públicos de arte y política cultural. Un estudio del II Festival de la ciudad de México*. México: Universidad Autónoma Metropolitana-Iztapalapa / Departamento del Distrito Federal.

García Canclini, Néstor (1993) "El consumo cultural y su estudio en México: una propuesta teórica". En: García Canclini, Néstor (coord.): *El consumo cultural en México*. México: Consejo Nacional para la Cultura y las Artes. pp: 15-42. coord.



- García Canclini, Néstor (1994) *Los nuevos espectadores. Cine, televisión y video en México*. México: Instituto Mexicano de Cinematografía. (1995) *Consumidores y ciudadanos. Conflictos multiculturales de la globalización*. México: Grijalbo.
- García Canclini, Néstor (1996) *Público-privado: la ciudad desdibujada*. *Alteridades*, año 6, núm. 11: 5-10. (México). coord. (1998) *Cultura y comunicación en la ciudad de México*. México: Universidad Autónoma Metropolitana-Iztapalapa / Grijalbo. y Mabel Piccini
- García Canclini, Néstor (1993) "Culturas de la ciudad de México: símbolos colectivos y usos del espacio urbano". En: García Canclini, Néstor (coord.): *El consumo cultural en México*. México: Consejo Nacional para la Cultura y las Artes. pp: 43-85
- Dominguez, A y Ziri6n A. (coords.). (2017). *La dimensi6n sensorial de la cultura. Diez contribuciones al estudio de los sentidos en M6xico*. Ciudad de M6xico: Ediciones del Lirio.
- Harvard University. The Sensory Ethnographic Lab [Archivos de video]. Harvard University. Disponible en <https://sel.fas.harvard.edu/>
- Hjarvard, S, (2013), *The Mediatization of Culture and Society*, Routledge, NY
- Howes, D. (2012). Sensing the Unseen - Response. *Sensate. A Journal for Experiments in Critical Media Practice*, 2. Recuperado de <https://sensatejournal.com/david-howes-sensing-the-unseen-response/>
- Javdani, S. (2016). "Sensuous Ethnography: A Visual Dialogue with Iranian Transmigrants". *Visual Anthropology*, 29(4-5), 432-450.
- Metz, Christian, 1973, *Lenguaje y Cine*, Planeta: Espa1a
- Mosco, V, (2009), *The Political Economy of Communication*, London, SAGE
- Niv6n, Eduardo (1993) "El consumo cultural y los movimientos sociales". En: Néstor García Canclini (coord.): *El consumo cultural en México*. México: Consejo Nacional para la Cultura y las Artes. pp: 123-162.
- Niv6n, Eduardo (1999) "De periferias y suburbios. Territorio y relaciones culturales en los m6rgenes de la ciudad". En: Néstor García Canclini (coord.): *Cultura y comunicaci6n en la ciudad de M6xico*. M6xico: Grijalbo. Vol. 1. pp: 204-233
- O'Callaghan, C. (2007). *Sounds: A philosophical theory*. Nueva York: Oxford University Press.
- Paniagua, K. (2007), *El documental como crisol: an6lisis de tres cl6sicos para una antropolog6a de la imagen*. Ciesas: M6xico
- Pardo, C. (2016). *En el silencio de la cultura*. Ciudad de M6xico: Sexto Piso.
- Pink, S. (2001). *Doing Visual Ethnography. Images, Media and Representation in Research*. Londres: SAGE Publications.
- Pink, S. (2019). A Multisensory Approach to Visual Methods. En L. Pauwels y D. Mannay (eds.). *The SAGE Handbook of Visual Research Methods*. Londres: SAGE Publications.
- Rinc6n, Omar, (2006), *Narrativas medi6ticas, o c6mo se cuenta la sociedad del entretenimiento*, Barcelona: Gedisa
- Rose, G. (2002). *Visual Methodologies. An Introduction to the Interpretation of Visual Materials*. Londres: SAGE Publications.
- Sontag, S. (1973). *On Photography*. Nueva York: Penguin Books.
- Stoller, P. (1989). *The taste of Ethnographic Things. The senses in Anthropology*. Pennsylvania: University of Pennsylvania Press.
- Sunkel, Guillermo, coord. (1999) *El consumo cultural en Am6rica Latina*. Santaf6 de Bogot6: Convenio Andr6s Bello.
- Sunkel, Guillermo (2002) "Una mirada otra. La cultura desde el consumo" en: Daniel Mato (coord.): *Estudios y Otras Pr6cticas Intelectuales Latinoamericanas en Cultura y Poder*. Caracas: Consejo Latinoamericano de Ciencias Sociales (CLACSO) y CEAP, FACES, Universidad Central de Venezuela.pp.: 287-294.