

UNIVERSIDAD AUTONOMA METROPOLITANA – IZTAPALAPA
DIVISIÓN DE CIENCIAS SOCIALES Y HUMANIDADES
DEPARTAMENTO DE ANTROPOLOGÍA
LICENCIATURA EN ANTROPOLOGÍA SOCIAL

PROGRAMA DE ESTUDIOS

CLAVE 222400
NOMBRE **TA VII: Enfoques contemporáneos: El consumo cultural**
SERIACIÓN 48 créditos del TG
TRIMESTRE 04-O
PROFESORA Mtra. Ana Rosas Mantecón

OBJETIVO (-S)

El estudio del consumo cultural en México ha vivido un desarrollo vertiginoso en la última década, fundamentalmente porque ha sido estimulado desde disciplinas y ámbitos diversos y por una gama amplia de demandas, que abarcan desde la búsqueda de democratización de las políticas culturales hasta la mejor mercantilización de las industrias culturales. Mientras a principios de los años noventa del siglo XX era notoria la inexistencia de investigaciones sobre públicos, consumo y recepción de bienes culturales, a finales de la década –según lo ha señalado Guillermo Sunkel respecto a América Latina- éstas no sólo han adquirido centralidad en la agenda de los estudios sobre cultura y poder, sino que también han pasado a ser un ingrediente clave en los procesos de producción al interior de las industrias culturales. El desarrollo reciente de la investigación sobre consumo en nuestro país no significa que se trate de un tema nuevo, sino más bien de una incorporación tardía de nuestras universidades al debate mundial, en el que destacan las aportaciones de la Escuela de Birmingham y de la Historia Social, las de Pierre Bourdieu, Michel de Certeau, Arjun Appadurai, Mary Douglas y Baron Isherwood, entre otros.

Si bien es notorio el desarrollo de las investigaciones sobre consumo cultural en México, su consolidación es aún poco previsible. No existe ningún espacio académico en el país dedicado específicamente a la formación de profesionistas en este terreno (con la excepción de diplomados aislados sin ninguna conexión entre ellos). Prácticamente no se cuenta con especialistas en los centros de investigación especializados en las diversas artes (pertenecientes al Instituto Nacional de Bellas Artes), ni en los muy pocos que están dispersos en algunas universidades del país, que tengan la formación y experiencia adecuadas para realizar este tipo de estudios, cuya naturaleza es esencialmente interdisciplinaria (sociología de la cultura, antropología social, semiótica, estética de la recepción, estadística, comunicación, psicología social, etcétera).

El curso tiene como objetivo central introducir al alumno a algunos de los más relevantes desarrollos teórico metodológicos contemporáneos sobre el consumo cultural en la sociología, la antropología, la comunicación y la historia, primero a nivel mundial y, en una segunda parte del curso, en América Latina. A pesar de los importantes avances realizados en los últimos años en términos de construcción teórica y de líneas de investigación, el estudio del consumo cultural se sigue planteando como un doble desafío: **teórico**, porque no se ha construido aún un enfoque transversal capaz de describir y explicar los procesos de consumo cultural, que son regulados por racionalidades diversas (económicas, políticas, simbólicas) y que se encuentran íntimamente vinculados a una gama amplia de prácticas y fenómenos sociales que los atraviesan y condicionan; **metodológico** también, puesto que no se han evaluado suficientemente los alcances y límites de la aplicación de técnicas cualitativas (como la entrevista individual y grupal, la historia de vida y el relato, el análisis del discurso, la observación participante, etc.) y cuantitativas (la encuesta).

Muchos de los temas que ahora nos ocupan han sido observados también por el cine, por lo que decidimos recurrir a propuestas cinematográficas destacadas para enriquecer la reflexión y poner en práctica el instrumental teórico adquirido en el curso. Se trata de una estrategia de docencia que empieza a adquirir importancia en diversos ámbitos y que esperamos diversifique los recursos brindados en el Departamento de Antropología para la formación profesional.

CONTENIDO SINTETICO

PRIMERA PARTE:

INTRODUCCIÓN

SESIÓN 1 (20 de septiembre)

Introducción al curso

SESIÓN 2 (27 de septiembre)

Néstor García Canclini

El consumo cultural en México: "El consumo cultural y su estudio en México: una propuesta teórica", pp. 15-42.

Néstor García Canclini

Consumidores y ciudadanos: "El consumo sirve para pensar", pp. 41-55

SESIÓN 3 (29 de septiembre)

Mabel Piccini

Recepción artística y consumo cultural: "Diálogos informales sobre la comunicación y el consumo cultural", pp. 373-394.

SESIÓN 4 (4 de octubre)

Película "Cinema Paradiso" (Tornatore, Italia)

SESIÓN 5 (6 de octubre)

Ma. Cristina Mata

"Interrogaciones sobre el público", pp. 183-199.

SEGUNDA PARTE:

EL CONSUMO CULTURAL Y SU ESTUDIO

SESIÓN 6 (11 de octubre)

Mary Douglas y Baron Isherwood

El mundo de los bienes. Hacia una antropología del consumo: pp. 71-110.

SESIÓN 7 (13 de octubre)

Película "La Rosa Púrpura del Cairo" (Woody Allen, Estados Unidos)

SESIÓN 8 (18 de octubre)

Néstor García Canclini

"La sociología de la cultura de Pierre Bourdieu", pp. 9-50.

SESIÓN 9 (20 de octubre)

Pierre Bourdieu

La Distinción. Criterio y bases sociales del gusto: pp. 9-94.

SESIÓN 10 (25 de octubre)

Película "Muerte a la Media Noche" (Robert Altman, Estados Unidos)

SESIÓN 11 (27 de octubre)

Norbert Elias

Deporte y ocio en el proceso de la civilización: "Introducción", pp. 31-81.

SESIÓN 12 (3 de noviembre)

John B. Thompson

Ideología y cultura moderna. Teoría crítica social en la era de la comunicación de masas: "Analizando la comunicación de masas: el enfoque tripartito", pp. 333-358.

SESIÓN 13 (8 de noviembre)

Película "Televisión y violencia"

TERCERA PARTE:

LA REFLEXIÓN SOBRE EL CONSUMO CULTURAL EN AMÉRICA LATINA

SESIÓN 14 (10 de noviembre)

Guillermo Sunkel

El consumo cultural en América Latina: "Introducción. Explorando el territorio", pp. xi-xxix.

Ana Rosas Mantecón

"Los estudios sobre consumo cultural en México", pp. 255-263.

SESIÓN 15 (15 de noviembre)

J. Martín-Barbero

"Recepción de medios y consumo cultural. Travesías" pp. 2-25 y "Prefacio a la quinta edición. Pistas para entre-ver medios y mediaciones" pp. xi-xxii.

SESIÓN 16 (17 de noviembre)

Película "El festín de Babette" (Francia)

SESIÓN 17 (22 de noviembre)

Agenda 21 de la Cultura

"Taller de consulta a la sociedad civil: el lugar que ocupa la cultura en los procesos de desarrollo social e integración económica en nuestro hemisferio", en Infodac. Suplemento especial 61. Directores Argentinos Cinematográficos, agosto 2004

"Declaración de la Coalición Peruana para la Diversidad Cultural, la Cultura y el Tratado de Libre comercio", en Infodac. Suplemento especial 60. Directores Argentinos Cinematográficos, agosto 2004

SESIÓN 18 (24 de noviembre)

Néstor García Canclini

Consumidores y ciudadanos: "Las identidades como espectáculo multimedia", "América Latina y Europa como suburbios de Hollywood" y "De lo público a lo privado: la 'americanización' de los espectadores" pp. 107-148.

SESIÓN 19 (29 de noviembre)

Película: Ciudad en tinieblas (Dark City)

SESIÓN 20 (1º. de diciembre)

Examen final

BIBLIOGRAFÍA

BOURDIEU, Pierre

2002 *La Distinción. Criterio y bases sociales del gusto*, México, Taurus.

DOUGLAS, Mary y Baron Isherwood

1990 *El mundo de los bienes. Hacia una antropología del consumo*, México, CONACULTA-Grijalbo.

ELIAS, Norbert

1992 *Deporte y ocio en el proceso de la civilización*, México, Fondo de Cultura Económica.

GARCÍA CANCLINI, Néstor

1990 "La sociología de la cultura de Pierre Bourdieu" en Pierre Bourdieu, *Sociología y cultura*, México, Grijalbo, pp. 9-50.

1993 *El consumo cultural en México*, México, Consejo Nacional para la Cultura y las Artes.

1995 *Consumidores y ciudadanos*, México, Grijalbo.

MARTÍN-BARBERO, Jesús

1999 "Recepción de medios y consumo cultural. Travesías" en Sunkel, Guillermo, coord., *El consumo cultural en América Latina*, Bogotá, Convenio Andrés Bello, pp. 2-25.

MATA, María Cristina

2001 "Interrogaciones sobre el público" en María Immacolata Vassallo y Raúl Fuentes Navarro, comps, *Comunicación. Campo y objeto de estudio. Perspectivas reflexivas latinoamericanas*, México, ITESO/ Universidad Autónoma de Aguascalientes / Universidad de Colima / Universidad de Guadalajara, pp. 183-199.

PICCINI, Mabel, Ana Rosas Mantecón y Graciela Schmilchuk, coords.

2000 *Recepción artística y consumo cultural*, México, Juan Pablos / CENIDIAP / CONACULTA INBA.

ROSAS MANTECÓN, Ana

2002 "Los estudios sobre consumo cultural en México", en Daniel Mato (coord.), *Estudios y otras prácticas intelectuales latinoamericanas en cultura y poder*, Caracas, FLACSO/Facultad de Ciencias Económicas y Sociales de la Universidad Central de Venezuela, pp. 255-263.

SUNKEL, Guillermo, coord.

1999 *El consumo cultural en América Latina*, Bogotá, Convenio Andrés Bello.

THOMPSON, John B.

1992 *Ideología y cultura moderna. Teoría crítica social en la era de la comunicación de masas*, México, UAM-Xochimilco.

VARIOS AUTORES

Agenda 21 de la Cultura

"Taller de consulta a la sociedad civil: el lugar que ocupa la cultura en los procesos de desarrollo social e integración económica en nuestro hemisferio", en *Infodac. Suplemento especial 61*. Directores Argentinos Cinematográficos, agosto 2004

"Declaración de la Coalición Peruana para la Diversidad Cultural, la Cultura y el Tratado de Libre comercio", en *Infodac. Suplemento especial 60*. Directores Argentinos Cinematográficos, agosto 2004.

DINÁMICA DEL CURSO

- La profesora realizará exposiciones básicas sobre los textos y, a partir de ellas y de la lectura que realicen los alumnos, éstos plantearán problemas, dudas y comentarios. En el caso de las sesiones con material fílmico se expondrán los puntos a observar y discutir con posterioridad a la exhibición (cuando la película ocupe el total del tiempo de clase la discusión se realizará en la siguiente sesión).
- En algunas sesiones -las cuales se asignarán el primer día de clases-, los estudiantes, de manera individual o en equipo, expondrán los principales planteamientos del autor, su uso de los conceptos teóricos de interés para el programa así como una apreciación crítica sobre sus conclusiones. Las exposiciones deberán presentarse oralmente y por escrito, siguiendo esquemas que se proyectarán por medio de Power Point. Deberán durar una hora aproximadamente.

ELEMENTOS PARA LA EVALUACIÓN:

- Examen final (los alumnos podrán traer consigo sus fichas de cada autor) (70%).
- Entrega de fichas correspondientes a cada película (10%). Cada ficha debe contener: nombre de la película, director, sinopsis de su contenido, breve discusión sobre la relación de tema de la película con el consumo cultural. Extensión: 2 a 3 cuartillas.
- Exposición en clase y entrega de exposición por escrito (20%).

* Asistencia mínima para derecho a examen: 80% de las sesiones. Se pasará lista de asistencia con 10 minutos de tolerancia para el inicio de cada sesión.