

sílabo

ANTROPOLOGÍA Y ETNOGRAFÍA

I. Datos Informativos

Código	: 903010
Carrera	: Marketing e Innovación
Semestre	: 2020-2
Ciclo	: 3° ciclo
Categoría	: Formación profesional
Créditos	: 04
Pre-requisito	: Ninguno
Docente	: Alexander Huerta Mercado

II. Sumilla

El presente curso de formación profesional es de naturaleza teórico-práctica, donde la participación activa de las y los estudiantes es considerada vital para el desarrollo de la presente asignatura. El propósito del mismo es facilitar en los y las estudiantes las capacidades para reconocer los fundamentos de la investigación etnográfica y aplicar adecuadamente algunas de sus principales técnicas en contextos urbanos relacionados al consumo.

Asimismo, desde una perspectiva crítica, se busca brindar un panorama amplio de la Antropología como disciplina, el contexto histórico en el cual surge, su sujeto de estudio y su importancia en la actualidad. Otros aspectos del proceso de investigación son materia de otros cursos de la secuencia metodológica.

III. Competencias

▪ General:

Interpreta los significados, contextos y relaciones dentro de una investigación antropológica, utilizando diferentes técnicas etnográficas, de manera crítica.

▪ Específicas:

- Comprende la importancia de la Antropología como disciplina y piensa críticamente fenómenos que tienen particular incidencia en la cultura urbana del país.
- Analiza las características del método científico y de la investigación social, así como el enfoque y especificidad de la investigación etnográfica.
- Diseña y hace un uso crítico de las técnicas etnográficas para el recojo de información.
- Evalúa una investigación desde la perspectiva de la confiabilidad y la validez de sus proposiciones, e identifica sus implicancias éticas.

IV. Contenidos

1ª Semana

- Sesión 1: Introducción: ¿Qué es la antropología? ¿Qué es la etnografía? La antropología y la cultura como tema de estudio.
- Sesión 2: Aproximaciones al estudio de la cultura, la entrevista a profundidad y la observación participante. Discusión de los temas a investigar por grupos.

2ª Semana

- Sesión 3: El género como categoría cultural.
- Sesión 4: Observando las categorías de género

3ª Semana -

- Sesión 5: Racismo y discriminación. Entendiendo las categorías sociales.
- Sesión 6. Capital cultural, simbólico, social y erótico que generan distinción social y su representación en los medios.

4ª Semana

- Sesión 7: Discurso Humorístico: ¿Qué nos hace reír?
- Sesión 8: Cómo aproximarnos al humor a través de la investigación.

5ª Semana – Evaluación Continua 1.

- Sesión 9: Discurso Melodramático: La popularidad de las telenovelas.
- Sesión 10: Observando el derroche emocional en los mensajes televisivos.
(Entrega del plan de trabajo de investigación y coordinación de asesorías)

6ª Semana

- Sesión 11: Los programas de chisme, rituales de “descubrimiento “del otro”.
- Sesión 12: Aprendiendo a observar el storytelling en los programas de chisme.

7ª Semana - Examen Parcial

- Sesión 13. Examen parcial.
- Sesión 14. La comida peruana, ejemplo de un discurso convertido en producto.

8ª Semana: Evaluación Continua 2

- Sesión 15. La marca Perú y como convertir un país en marca.
- Sesión 16. Discusión sobre los trabajos de investigación grupal. Entrega del primer informe.

9ª Semana:

- Sesión 17. Discurso religioso y mágico: Lo sobrenatural como respuesta cultural
- Sesión 18: El tótem y los rituales en el mundo tradicional y en el mundo moderno.

10ª Semana:

- Sesión 19. Ejemplo de investigación sobre la fe y la magia en Lima.
- Sesión 20. Arte y performance en la cultura. El cuerpo como sistema de símbolos.

11ª Semana:

- Sesión 21. Integrando lo aprendido: Estudio de caso de performance en Lima caso 1: Vedettismo
- Sesión 22. Integrando lo aprendido: Estudio de caso de performance en Lima caso 2: Lucha Libre.

12ª Semana. Evaluación Continua 3

- Sesión 23. Presentación escrita del trabajo.
- Sesión 24: La cultura Chicha, origen, características y estética.

13ª Semana

- Sesión 25. La Música como elemento de fusión cultural
- Sesión 26. Música e identidad.

14ª Semana

- Sesión 27: Las narrativas mitológicas y el camino del héroe.
- Sesión 28. Aprendiendo de los narradores tradicionales. Aplicaciones al trabajo investigado.

15ª Semana - Examen Final. Evaluación Continua 4

- Sesión 29. Examen final.
- Sesión 30. Presentación de trabajos en exposición

16ª Semana - Entrega de Notas

V. Metodología

- La plataforma virtual empleada es el Classroom de Google Suite for education donde se compartirá los recursos didácticos de cada una de las sesiones, empleando el Meet como medio de comunicación sincrónica para la ejecución de las sesiones de aprendizaje. Las técnicas didácticas en la modalidad remota son análisis, descripción, diálogo, ejemplificación, ejercitación, trabajos en equipos, conversación, exposición, aprendizaje basado en problemas y casos reales, investigación y lectura de fuentes utilizando los recursos consignados en la plataforma Classroom, diapositivas con estrategias del docente, videos, etc. Además, se podrán utilizar los aplicativos como Kahoot, Mentimeter, Facebook entre otras conforme a las necesidades y requerimientos. La investigación es permanente para los estudiantes y el docente.

VI. Investigación Formativa:

El curso atiende el proceso de investigación a través de la elaboración de una presentación final.

VII. Evaluación

El sistema de evaluación es permanente. El promedio final del curso es resultado de un ponderado, compuesto por lo siguiente.

- Examen parcial (30%). Dicho examen abarcará todos los contenidos del curso trabajados hasta el día del examen.
- Evaluación Continua (40%). Se registra en cuatro momentos (10%, 10%, 10% y 10%= 40%), y se compone de ejercicios calificados (de naturaleza grupal) que serán entregados en fechas indicadas. La calificación del trabajo de investigación (avances y presentación final) será individual; el contenido de este seguirá las pautas de un proyecto de trabajo de campo estándar, y las pautas para desarrollarlo se irán detallando a lo largo del curso. Se espera la participación activa de los y las estudiantes.
- Evaluación Final (30%). Dicho examen abarcará todos los contenidos del curso trabajados hasta el día del examen.

VIII. Fuentes

Bibliográficas:

- Adrianzen, Eduardo. 2003. Telenovelas, cómo son, cómo se escriben, Lima, pucp
- Alfaro, Santiago 2005. Las industrias culturales e identidades étnicas del huayno, en Arguedas y el Perú de hoy, Carmen Pinilla editora, Sur.
- Alvarez, Rolando. 2005. La Masculinidad Representada, Lima UNMSM

- Arellano, Rolando. 2010 Al medio hay sitio, el crecimiento social según los estilos de vida, Lima, Planeta.
- Arellano, Rolando y Burgos David. 2010. Ciudad de los reyes de los Chávez, de los Quispe, Lima, Planeta.
- Barthes, Roland. 2000. Mitológicas, Madrid, Siglo XXI
- Berger, John. 1990. Ways of Seeing, London, Penguin.
- Callirgos, Juan Carlos. 1996. Sobre Héroes y Batallas. Los Caminos de la Identidad Masculina, Lima, Escuela Para el Desarrollo.
- Campbell, Joseph. 2000. El Héroe de las mil caras, FCE,
- Chávez, Carlos. 2009 Entonces ¿Quién mató a Alicia Delgado? Lima, Planeta
- Douglas, Mary. 1966. Purity and Danger: An Analysis of the Concepts of Pollution and Taboo, Routledge. 1968 The Social Control of Cognition: Some Factors in Joke Perception In MAN, Royal Anthropological Institute of Great Britain and Ireland. Vol 3 (3) pp. 361-376
- Espinoza, Óscar. 1992 'Risas y salsa' y la cultura popular peruana. En: Pretextos Nº 3-4. 1992 Lima: Desco
- Fuller, Norma. 1994 Dilemas de la Feminidad, Mujeres de la Clase Media en el Perú, Lima, Fondo Editorial de la Pontificia Universidad Católica del Perú. 1996 Identidades Masculinas. Fondo Editorial Pontificia Universidad Católica del Perú, Lima
- García Canclini, Néstor. 1975 Arte Popular y sociedad en América Latina: teorías estéticas y ensayos de Transformación, México.
- Grijalbo 1982 Las Culturas Populares en el Capitalismo, México, Ed Nueva Imagen. 1990 Culturas Híbridas: Estrategias para entrar y salir de la modernidad, México,
- Gargurevich, Juan 1998 La prensa sensacionalista en el Perú. Lima: PUCP.
- Gluckman, Max 1963 Gossip and Scandal en Current Anthropology 4(3): 307-315
- Hall, Stuart. 1997 Representation: Cultural Representations and Signifying Practices, London, Sage.
- Manrique, Nelson 1997. La sociedad virtual y otros ensayos, Lima, PUCP
- Martín-Barbero, Jesús and Sonia Muñoz 1992 Televisión y Melodrama, Géneros y lecturas de la Telenovela en Colombia, Bogotá, Tercer Mundo Editores
- Marzal, Manuel 1990 Catolicismo y Pluralismo en el Perú Contemporáneo In Cristianismo y Sociedad 106, 9-21, México, Nueva Tierra.
- Matos Mar, José 1984 Desborde Popular y Crisis de Estado en el Perú, Lima, Instituto de Estudios Peruanos
- Medina, Magaly, 2009 El precio de ser Magaly Medina, Lima, Planeta
- Ortiz, Alejandro 1990 Expresiones Religiosas Marginales: El Caso de Sarita Colonia, In Pobreza Urbana, Relaciones Económicas y Marginalidad Religiosa, Lima, Pontificia Universidad Católica del Perú
- Peirano, Luis y Abelardo Sánchez León 1984 Risa y cultura en la televisión peruana. Lima: Desco.
- Quiroz, Ana María 1993 Cuando Dios dijo que No, Sarita dijo Quién Sabe, en Los Nuevos Limeños, Lima, Tempo
- Quiroz, María Teresa 2008, La Edad de la Pantalla: Tecnologías interactivas y jóvenes peruanos, Universidad de Lima
- Quispe Lázaro, Arturo 2000 Globalización y cultura en contextos nacionales y locales: de la chicha a la technocumbia. In Debates en Sociología Nº 25-26. Lima: PUCP, pp. 119-141.
- Romero, Raúl R. 2005 Andinos y tropicales: La cumbia peruana en la ciudad global. Lima: PUCP
- Soto, Hernando de 1984 El Otro Sendero, La Revolución Informal, Lima, El Barranco
- Thieroldt, Jorge 2000 La cultura chicha como un nuevo y desconcertante nosotros. En: Debates en Sociología Nº 25-26. Lima: PUCP, 2000-2001, pp. 187-191.
- Vich, Víctor, 2001 El discurso de la calle, los cómicos ambulantes y las tensiones de la modernidad en el Perú, Lima, Red para el desarrollo de las ciencias sociales. 2003 Borrachos de amor, las luchas por la ciudadanía en el cancionero popular peruano En Batallas por la memoria: antagonismos de la promesa peruana (Marita Hamman, Santiago López Maguiña, Gonzalo Portocarrero y Víctor Vich editores), Lima, Red para el desarrollo de las ciencias sociales en el Perú.

