

**Universidad Autónoma del Estado de México**  
**Facultad de Ciencias Políticas y Sociales**  
**Licenciatura en Gestión de la Información en Redes Sociales,**  
**2017**



Programa de estudio de la unidad de aprendizaje:

**Antropología Visual**

Elaboró: Mtro. Sergio Vega Bolaños

Fecha de  
aprobación:

**H. Consejo Académico**

**Acta 730**

25 de febrero de 2021

**H. Consejo de Gobierno**

**Acta 812**

26 de febrero de 2021

---

**Facultad de Ciencias Políticas y Sociales**





## Índice

	Pág.
I. Datos de identificación.	3
II. Presentación del programa de estudios.	4
III. Ubicación de la unidad de aprendizaje en el mapa curricular.	4
IV. Objetivos de la formación profesional.	5
V. Objetivos de la unidad de aprendizaje.	7
VI. Contenidos de la unidad de aprendizaje y su organización.	8
VII. Acervo bibliográfico.	10
VIII. Mapa curricular.	13





### I. Datos de identificación

Espacio educativo donde se imparte

Facultad de Ciencias Políticas y Sociales

Licenciatura

Licenciatura en Gestión de la Información en Redes Sociales, 2017

Unidad de aprendizaje

Antropología Visual

Clave

LGS046

Carga académica

1

3

4

5

Horas  
teóricas

Horas  
prácticas

Total de  
horas

Créditos

Período escolar en que se ubica

1

2

3

4

5

6

7

8

9

Seriación

Ninguna

Ninguna

UA Antecedente

UA Consecuente

### Tipo de Unidad de Aprendizaje

Curso

Curso taller

Seminario

Taller

Laboratorio

Práctica profesional

Otro tipo (especificar)

### Modalidad educativa

Escolarizada. Sistema rígido

No escolarizada. Sistema virtual

Escolarizada. Sistema flexible

No escolarizada. Sistema a distancia

No escolarizada. Sistema abierto

Mixta





## II. Presentación del programa de estudios

Esta unidad de aprendizaje pretende que el alumno logre dentro del campo actual de la digitalización, obtener una visión para aplicación de herramientas que ya se presentaban con anterioridad, y que ahora se apliquen en el mundo virtual, en donde muestre sus habilidades etnográfico digitales.

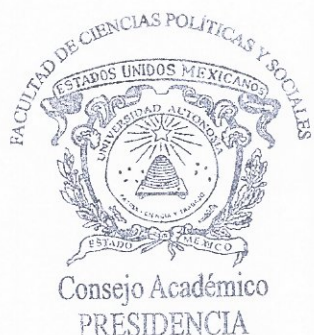
La Antropología visual se centra en los estudios de la nuevas posibilidades etnográficas; esta Unidad de Aprendizaje está conformada de cuatro unidades: en la primera se analizan los recursos etnográficos de la antropología y su desarrollo histórico encaminado a la cultura visual; en la segunda se resalta la observación como herramienta primordial para la interpretación de imágenes; en la tercera se analizan las diferentes representaciones de la realidad para lograr la construcción del relato visual etnográfico y por último en la cuarta, se analiza la retórica de la imagen a través de la digitalización de la vida social.

Los trabajos visuales y audiovisuales de la Antropología visual requieren registros digitales del entorno social que se centren en el valor de la imagen, los medios y los dispositivos en los que se producen y reproducen. Así las imágenes ya no son un instrumento estético, pues requieren de metodologías propias para entender y explicar la naturaleza de la digitalización del medio social y la construcción de nuevos relatos culturales.

Es así como esta Unidad de Aprendizaje contribuye al aprendizaje del alumno y a su perfil profesional, mostrando estrategias para la utilización de herramientas que le permitan entender el contexto visual de la sociedad; conocimientos que se pueden aplicar a la práctica de campañas publicitarias, también para planificar y evaluar toma de decisiones que sean de un contexto global y las pueda adaptar a su propio entorno.

## III. Ubicación de la unidad de aprendizaje en el mapa curricular

<b>Núcleo de formación:</b>	Integral
<b>Área Curricular:</b>	Ciencias Sociales
<b>Carácter de la UA:</b>	Optativo





#### IV. Objetivos de la formación profesional

##### Objetivos del programa educativo:

La Licenciatura en Gestión de la Información en Redes Sociales forma profesionales que contribuyen al progreso social, económico y cultural del país, a través de los siguientes objetivos:

##### Generales

- Ejercer el diálogo y el respeto como principios de la convivencia con sus semejantes, y apertura al mundo.
- Reconocer la diversidad cultural y disfrutar de sus bienes y valores.
- Convivir con las reglas de comportamiento socialmente aceptables, y contribuir en su evolución.
- Adquirir los valores de cooperación y solidaridad.
- Cuidar su salud y desarrollar armoniosamente su cuerpo; ejercer responsablemente y de manera creativa el tiempo libre.
- Desarrollar la sensibilidad y el arte como base a la creatividad.
- Ampliar su universo cultural para mejorar la comprensión del mundo y del entorno en que vive, para cuidar de la naturaleza y potenciar sus expectativas.
- Participar activamente en su desarrollo académico para acrecentar su capacidad de aprendizaje y evolucionar con autonomía como Licenciado(a) en Gestión de la Información en Redes Sociales.
- Asumir los principios y valores universitarios, y actuar en consecuencia.
- Emplear habilidades lingüístico-comunicativas de inglés como segunda lengua.
- Desarrollar su forma de expresarse, su creatividad, iniciativa y espíritu emprendedor.
- Desarrollar un juicio profesional basado en la responsabilidad, objetividad, credibilidad y justicia.

##### Particulares

- Crear sistemas de bases de datos mediante algoritmos, modelos matemáticos y modelos de software; para almacenar, recuperar y procesar datos de la sociedad en red.
- Seleccionar métodos y técnicas cualitativas y cuantitativas en el análisis de datos, comprender su significado, procesarlo y convertirlo en información útil para las organizaciones públicas y privadas.
- Analizar el marco normativo, la seguridad de las TIC y los delitos cibernéticos, para evaluar decisiones y formular soluciones racionales y éticas sobre el uso, acceso y protección de datos e información de la sociedad en red.



- Analizar datos mediante la selección de principios, métodos y técnicas estadísticas, modelos de inteligencia artificial, minería de datos y teoría de juegos; para localizar patrones, identificar tendencias, necesidades y problemáticas de la sociedad en red.
- Investigar mercados a través de métodos cuantitativos y cualitativos para mejorar o innovar productos tangibles e intangibles e identificar oportunidades de negocio en las organizaciones públicas y privadas.
- Desarrollar habilidades tecnológicas mediante el uso de las tecnologías de la información y comunicación, para operar plataformas digitales y comunidades virtuales de la sociedad en red.
- Crear estrategias discursivas mediante la composición editorial y diseño gráfico, para comunicar información, contenido e imagen de personas, productos tangibles e intangibles, organizaciones públicas y privadas en plataformas y redes sociales digitales.
- Gestionar información en las organizaciones públicas y privadas a través del proceso administrativo, para tomar decisiones estratégicas en los ámbitos de intervención profesional de los sectores primario, secundario y terciario.
- Seleccionar los canales y medios de comunicación para difundir información, promover la identidad, imagen y reputación de personas y organizaciones; así como comercializar productos tangibles e intangibles vía *internet*.
- Colaborar en la formulación de políticas, legislación y lineamientos en torno al acceso, uso y protección de datos e información, para personas y organizaciones públicas y privadas.
- Administrar sistemas de información en plataformas tecnológicas y redes sociales digitales, respetando las políticas, legislación y lineamientos sobre el uso, acceso y protección de datos e información.
- Proponer información para la toma de decisiones en el desarrollo de políticas públicas, para atender necesidades y resolver problemas en materia de planeación y desarrollo urbano, demográfico, educativo, salud, trabajo, seguridad social, vivienda, entre otros.

### Objetivos del núcleo de formación:

Proveerá al alumno de escenarios educativos para la integración, aplicación y desarrollo de los conocimientos, habilidades y actitudes que le permitan el desempeño de las funciones, tareas y resultados ligados a las dimensiones y ámbitos de intervención profesional o campos emergentes de la misma.

Comprenderá aprendizajes sobre métodos y técnicas especializadas, y capacidades para desarrollar la autonomía profesional y el desempeño aceptable en el campo laboral.





## Objetivos del área curricular o disciplinaria:

Crear estrategias de comunicación a partir del análisis y la construcción del discurso, dando sentido a la información, para establecer diferentes planes de comunicación que permitan la interacción entre los actores que componen la sociedad en red.

Analizar el marco normativo vigente a nivel internacional, nacional y estatal de derecho de acceso, uso y protección a la información de la sociedad en red. Proponer actualizaciones al marco normativo sobre seguridad de la información de la sociedad en red con ética profesional.

Analizar el comportamiento de las personas en su rol de consumidor de productos tangibles e intangibles, mediante la identificación de características, necesidades y oportunidades, para fundamentar la toma de decisiones en las organizaciones públicas y privadas.

Analizar los elementos socio-históricos que han generado fenómenos en la sociedad en red, a partir del estudio de la sociedad de la información y del conocimiento, de teorías sociológicas, antropológicas e históricas de redes sociales y de la auto constitución del homosapiens y de la técnica, para comprender su funcionamiento y sus implicaciones sociales en la actualidad.

Analizar aspectos estructurales y funcionales de la lengua inglesa mediante habilidades lingüísticas de nivel medio-alto, para adquirir las competencias comunicativas en la descripción de situaciones y procesos, referencias temporales, reflexión, opinión, planeación y expectativa en contextos generales y particulares de la sociedad en red.

## V. Objetivos de la unidad de aprendizaje.

Analizar la producción visual de la sociedad en red a través de un enfoque antropológico, para interpretar y generar mensajes de acuerdo al contexto sociocultural.





## VI. Contenidos de la unidad de aprendizaje y su organización.

### Unidad 1. La Antropología y sus recursos etnográficos

**Objetivo:** Analizar los distintos recursos etnográficos de la antropología a través de la forma en cómo se han ido relacionando de manera estrecha con la construcción de culturas materiales, para entender a la imagen como un recurso que posibilita las prácticas sociales, estéticas y el desarrollo cultural.

#### Contenidos

- 1.1 Teoría y metodología de los recursos etnográficos.
- 1.2 El cuerpo y la imagen desde la perspectiva antropológica.
- 1.3 Historia de los medios de la imagen.
- 1.4 El desarrollo de la cultura visual.
- 1.5 Prácticas sociales de la mirada.

### Unidad 2. Antropología de la imágenes

**Objetivo:** Distinguir las posibilidades clásicas y contemporáneas a través de la interpretación y estudio de las imágenes, entenderlas como símbolos culturales con distintos matices.

#### Contenidos:

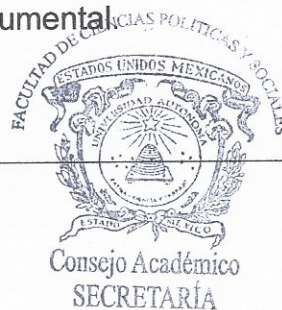
- 2.1 Observación a través de las visiones.
- 2.2 La fotografía y los inventarios culturales.
- 2.3 Implicaciones de los datos culturales no verbales.
- 2.4 Potencialidad de la imagen como recurso etnográfico.

### Unidad 3. Los estudios de Antropología visual

**Objetivo:** Analizar las distintas representaciones de la realidad en torno a las imágenes a través de la interpretación de los relatos visuales y audiovisuales, para lograr la construcción de relatos visuales en el entorno etnográfico y performativo.

#### Contenidos:

- 3.1 Discursos etnográficos visuales.
- 3.2 Cine etnográfico, antropología visual y cine documental.
- 3.3 Construcción de relatos visuales etnográficos.
- 3.4 La performatividad: hacer cosas con palabras.







#### Unidad 4. Antropología digital

**Objetivo:** Analizar la retórica de la imagen a través de la digitalización de la vida social y la construcción de narrativas en las prácticas visuales en la web, para la construcción de nuevas formas de interacción e interpretación de las prácticas de la vida cotidiana.

**Contenidos:**

- 4.1 Antropología multimedia.
- 4.2 Etnografía virtual.
- 4.3 Vida y muerte digital.
- 4.4 Dispositivos culturales.





## VII. Acervo bibliográfico.

### Básico:

Agamben, Giorgio. (2016). *¿Qué es un dispositivo?*, Adriana Hidalgo Editora, Buenos Aires.

Aumont, J. (1992). *La Imagen*. Barcelona: Piados Ibérica.

Baer, Alejandro y Bernt Schnettler. (2009). "Hacia una metodología cualitativa audiovisual. El vídeo como instrumento de investigación social". En: Merlino, A. (ed.), *Investigación Cualitativa en las Ciencias Sociales: Temas y problemas*. Buenos Aires: Cengage Learning.

Banks, Marcus (2010). *Métodos visuales e investigación de campo*. En: Banks, M. Los datos visuales en la investigación cualitativa. Madrid: Morata.

Barthes, Roland. (1982). *La cámara lúcida. Nota sobre la fotografía*. Barcelona: Gustavo Gili.

Belting Hans. (2007). "Escudo y retrato. Dos medios del cuerpo". En: Belting H *Antropología de la imagen*. Buenos Aires: Katz.

Belting, Hans. (2007). "La transparencia del medio. La imagen fotográfica", En: *Antropología de la imagen*. Madrid: Katz Editores.

Belting, Hans. (2007). *Antropología de la imagen*. Buenos Aires: Katz.

Belting, Hans. 2007. "Imagen, medio, cuerpo", "El lugar de las imágenes II. Un intento antropológico", En: *Antropología de la Imagen*. Buenos Aires: Katz Editores.

Boltanski, Luc. (1979). "La retórica de la figura. En: Bourdieu P. (comp) *La fotografía un arte intermedio*. México: Nueva imagen.

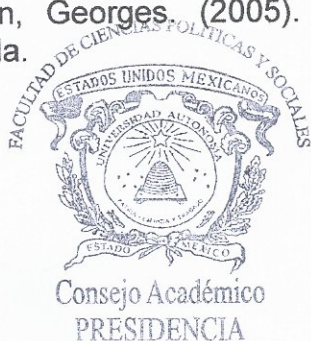
Bruno, Paula. (2016). "La selfie en el museo: imágenes conversacionales entre las obras de arte y las redes sociales", VIII Jornadas de Investigación en Antropología Social Santiago Wallace. Facultad de Filosofía y Letras, Argentina: UBA.

Burke, Peter. (2005). "Estereotipo de los otros" En: Burke P. *Visto y no visto. Usos de la imagen como documento histórico*. Barcelona: Crítica.

Casasbuenas Ortiz, María José. (2014). "Irrumpiendo en lo visible. Reflexiones sobre la práctica investigativa y las imágenes en la red", En: *Antropología e imagen. Pensar lo visual*, Carme Guarini y Marina G. De Angelis (Comps), Sans Soleil Ediciones, Vitoria-Gasteiz-Buenos Aires, pp. 29-54.

Collier, John. (2006). "Antropología visual. La fotografía como método de investigación". En: Juan Naranjo (Ed) *Fotografía, antropología y colonialismo (1845-2006)*. Barcelona: Gustavo Gili.

Didi-Huberman, Georges. (2005). *Venus rajada: desnudez, sueño, crueldad*. Madrid: Losada.





Figuroa De La Ossa, Giselle. (2008) "El documental interactivo en la era digital: Un análisis del potencial de creación de públicos recursivos y de lo audiovisual en la etnografía contemporánea", *Revista Maguaré*, Vol.30, No2, Jul-Dic, 2016, pp. 149-180.

Flick, Uwe. (2007). "Datos visuales". En: *Flick, U. Introducción a la investigación cualitativa*. Madrid: Morata.

Foster, Hal. (1996). "El artista como etnógrafo". En: Foster, H. *El retorno de lo real*. Madrid: AKAL.

Freedberg, David. (2011). *El poder de las imágenes. Estudios sobre la historia y la teoría de la respuesta*. Madrid: Cátedra.

G. De Angelis, Marina. (2014). "Inmortalidad medial. Imagen y muerte en la era digital", En: *Antropología e imagen. Pensar lo visual*, Carme Guarini y Marina G. De Angelis (Comps), Sans Soleil Ediciones, Vitoria-Gasteiz-Buenos Aires, pp. 10-28.

G. De Angelis, Marina. (2017). "El rostro como dispositivo. De la antropometría a la imagen biométrica", *e-imagen Revista 2.0*, No 4, Sans Soleil Ediciones, España-Argentina.

Gamboni, Dario. (2013). "El metro y la virgen de Guadalupe: Contextos de la virgen del metro, ciudad de México, 1997-2007", *Revista Sans Soleil Estudios de la Imagen*, Vol 5, No2, pp. 32-51.

García Sedano, Marcelino. (2015). "Una revisión del concepto de posfotografía. Imágenes contra el poder en la red". *Liño 21, Revista Anual de Historia del Arte*, pp. 125-132.

Jung, Carl Gustav (1984). *El hombre y sus símbolos*. México: Caralt.

Mirzoeff, Nicolás. (2003). "Introducción. ¿Qué es la cultura visual?". En: Mirzoeff N. *Una introducción a la cultura visual*. Buenos Aires: Paidós.

Mitchell, W.J.T. 2005. "No existen medios visuales", En: *Estudios visuales. La epistemología de la visualidad en la era de la globalización*. España: Akal.

Mitchell, WJT. (2006). *¿Qué quieren las imágenes?*. España: Sans Soleil Ediciones.

Mitchell, WJT. (2017). *¿Qué quieren las imágenes?*. España: Sans Soleil Ediciones.

Nichols, Bill. (1997). *La representación de la realidad*. Barcelona: Paidós.

Rampley, Matthew. (2006). "La Cultura Visual en la era postcolonial: el desafío de la Antropología". *Revista Estudios Visuales N 3*, 2006. Murcia: CENDEAC.

Steyerl, Hito. (2014). "En caída libre. Un experimento mental sobre la perspectiva vertical"; "En defensa de la imagen pobre", En: *Los condenados de la pantalla*. Buenos Aires: Caja Negra.

Vives-Ferrándiz Sánchez, Luis. (2011). "Una vida en imágenes: los daily photo projects y la retórica del instante", *IMAGO. Revista de Emblemática y Cultura Visual*, October, 7-26.

**Complementario:**





- Ardévol, Elisenda. (1997). "Representación y cine etnográfico", en *Quaderns de l'Institut Català d'Antropologia*, núm. 10, pp. 125-167.
- Bourdieu, Pierre. (2007). *Razones prácticas. Sobre la teoría de la acción*. Barcelona: Anagrama.
- Cabello, Gabriel. (2010). "Malestar en la Historia del arte: Sobre la antropología de la imagen de Hans Belting y Georges Didi-Huberman", *Revista Imago Crítica*, Vol.2, pp. 29-52.
- Debray, Régis. (1994). *Vida y muerte de la imagen. Historia de la mirada en Occidente*. Barcelona: Paidós.
- García Canclini, Néstor. (2011). *La sociedad sin relato. Antropología y estética de la inminencia*. Buenos Aires: Katz.
- Grau Rebollo, Jorge. (2002). *Antropología audiovisual*. Barcelona: Ediciones Bellaterra.
- Mitchell, WJT. (2017). *¿Qué quieren las imágenes?*. España: Sans Soleil Ediciones.
- Naranjo, Juan. (2006). *Fotografía, antropología y colonialismo (1845-2006)*. Barcelona: Gustavo Gili.
- Sartori, Giovanni. (1998). *Homo videns. La sociedad teledirigida*. Buenos Aires: Taurus.
- Severi, Carlo. (2010). "Warburg antropólogo o el desciframiento de una utopía. De la biología de las imágenes a la antropología de la memoria", En: *El sendero y la voz. Una antropología de la memoria*, Buenos Aires, SB, pp. 47-114
- Sibila, Paula. (2008). *La intimidad como espectáculo*. Buenos Aires: FCE.
- Worth, Sol. (1995). "Hacia una semiótica del cine etnográfico", en E. Ardévol y L. Pérez-Tolón (eds.), *Imagen y cultura. Perspectivas del cine etnográfico*, España: Granada.





**Proyecto curricular de la Licenciatura en Gestión de la Información en Redes Sociales (2017)**  
**Secretaría de Docencia • Dirección de Estudios Profesionales**

**IX. Mapa curricular**

PERIODO 1	PERIODO 2	PERIODO 3	PERIODO 4	PERIODO 5	PERIODO 6	PERIODO 7	PERIODO 8	PERIODO 9
Gestión 3 1 4 7	Gestión informática 3 1 4 7	Gestión financiera 3 1 4 7	Gestión de la información 1 3 4 5	Teoría de la decisión 3 1 4 7	Dirección estratégica 4 2 6 10	E-commerce 1 3 4 5	Toma de decisiones estratégicas 0 4 4 4	Práctica profesional 30
Mercadotecnia 2 2 4 6	Mercadotecnia en áreas especiales 1 3 4 5	Mercadotecnia en áreas especiales 1 3 4 5	Investigación de mercados 1 3 4 5	Gestión de comunidades virtuales 1 3 4 5	Inteligencia de mercados 1 3 4 5	Proyecto emprendedor 0 6 6 6		
Psicología social 4 4 8	Psicología del consumidor 3 1 4 7	Teorías y modelos de comunicación 4 0 4 8	Marco normativo de la información 4 2 6 10	Métricas de medios sociales 1 3 4 5	Mercadotecnia relacional 1 3 4 5	Plan estratégico online 0 4 4 4		
Sociedad de la información y del conocimiento 4 0 4 8	Teorías de las redes sociales 5 1 4 11	Semiotica 4 4 8	Teoría del discurso 4 0 4 8	Planes de contingencias 1 3 4 5	E-business 1 3 4 5	Comunicación organizacional 4 0 4 3		
Programación 1 3 4 5	Teoría de grafos 3 1 4 7	Bases de datos 4 3 4 5	Lógica 4 0 4 8	Seguridad en las tecnologías de la información y comunicación 1 3 4 5	E-government 1 3 4 5	Gestión estratégica de medios de información y comunicación 2 4 6 8		
Álgebra lineal 4 4 8	Estadística descriptiva 4 2 6 10	Estadística inferencial I 4 0 4 8	Estadística inferencial II 4 0 4 8	Inteligencia artificial 1 3 4 5	Integrativa profesional* - - - 8	Ética profesional 2 4 6 8		
Inglés 5 2 2 4 6	Inglés 6 2 2 4 6	Inglés 7 2 2 4 6	Inglés 8 2 2 4 6	Herramientas cuantitativas para la toma de decisiones 2 2 4 6	Optativa 2 1 3 4 5	Optativa 3 1 3 4 5		

**O B L I G A T O R I A S**

**O P T A T I V A S**

HT 18
HP 6
TH 24
CR 42

HT 20
HP 8
TH 28
CR 48

HT 19
HP 9
TH 28
CR 47

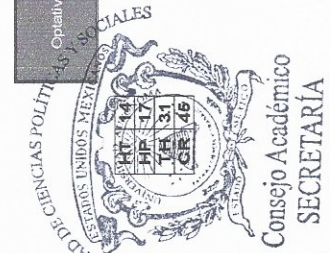
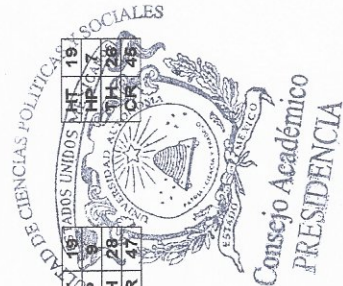
HT 19
HP 9
TH 28
CR 45

HT 10
HP 18
TH 28
CR 38

HT 10
HP 18**
TH 24**
CR 38

HT 10
HP 28
TH 38
CR 48

HT 10
HP 28
TH 38
CR 30





## DISTRIBUCIÓN DE LAS UNIDADES DE APRENDIZAJE OPTATIVAS

	PERIODO 1	PERIODO 2	PERIODO 3	PERIODO 4	PERIODO 5	PERIODO 6	PERIODO 7	PERIODO 8	PERIODO 9
1							1 Psicología de la publicidad	1 Alianzas estratégicas	
2							3 Psicología del color	3 Estrategias de promoción	
3							4 Diseño vectorial	4 Branding	
4							5 Medios audiovisuales	5 Técnicas de negociación	
5							1 Antropología visual	1 Sociotécnica	
6									1 Web crawler

### SIMBOLOGÍA

Unidad de aprendizaje	HT: Horas Teóricas
	HP: Horas Prácticas
	TH: Total de Horas
	CR: Créditos

\*Actividades académicas  
 \*\*Las horas de la actividad académica.  
 Créditos a cursar por periodo escolar: Mínimo 21 y máximo 48.  
 13 líneas de seriación →  
 e UA que debe impartirse, cursarse y acreditarse en la modalidad educativa escolarizada.

- Obligatorio Núcleo Básico
- Obligatorio Núcleo Sustantivo
- Obligatorio Núcleo Integral
- Optativo Núcleo Integral

### PARÁMETROS DEL PLAN DE ESTUDIOS

Núcleo Básico	48
Obligatorio:	20
cursar y acreditar:	68
16 UA	116

Total del Núcleo Básico: acreditar 16 UA para cubrir 116 créditos

Núcleo Sustantivo	48
Obligatorio: cursar y acreditar:	91
22 UA	139

Total del Núcleo Sustantivo: acreditar 22 UA para cubrir 139 créditos

Núcleo Integral	17
Obligatorio: cursar y acreditar:	39**
12 UA + 2*	56**
	111

Total del Núcleo Integral: acreditar 15 UA + 2\* para cubrir 126 créditos

Núcleo Integral Optativo: cursar y acreditar:	3 UA
	9
	12
	15

TOTAL DEL PLAN DE ESTUDIOS	
UA Obligatorias	60 + 2 Actividades académicas
UA Optativas	3
UA a acreditar	63 + 2 Actividades académicas
Créditos	381



Consejo Académico SECRETARÍA



Consejo Académico PRESIDENCIA