



**UNIVERSIDAD AUTÓNOMA DEL ESTADO DE MÉXICO**  
**FACULTAD DE CIENCIAS POLÍTICAS Y SOCIALES**



**LICENCIATURA EN COMUNICACIÓN**

UNIDAD DE APRENDIZAJE: **ANTROPOLOGÍA DEL CONSUMO**

(NÚCLEO INTEGRAL – ÁREA DE DOCENCIA: ACENTUACIÓN EN COMUNICACIÓN SOCIAL)

TÍTULO DEL MATERIAL:

**EL CONSUMO Y LA CULTURA DESDE UNA PERSPECTIVA POLÍTICA Y SEMIÓTICA**

(PROYECTABLES – SÓLO VISIÓN)

MATERIAL DIDÁCTICO ELABORADO POR:

**Dr. en Ed. JUAN CARLOS AYALA PERDOMO**

Octubre de 2016

## **PRESENTACIÓN**

La unidad de Aprendizaje “Antropología del Consumo” tiene como propósito general:

“Conocer las necesidades, expectativas, motivaciones, influencias y procesos que viven los individuos dentro de una estructura social para el consumo de bienes y servicios tomando en cuenta factores históricos, sociológicos, culturales y económicos.”

Con el apoyo de esta presentación en programa Power Point se espera el logro de los siguientes objetivos de aprendizaje para el alumno:

- Distinguir los principales conceptos que configuran las aproximaciones desde las Ciencias Sociales, y la Comunicación en particular, a los fenómenos relacionados con el consumo de bienes materiales y simbólicos, para diseñar marcos teóricos y metodológicos con los que se emprendan investigaciones sobre los aspectos socioculturales del consumo.
- Caracterizar a la cultura popular y sus prácticas desde un enfoque de Antropología del Consumo para reflexionar sobre su relevancia en la configuración identitaria local y global.

## **BREVE EXPLICACIÓN DE USO**

El profesor requiere de un aula equipada con proyector, computadora y software Microsoft Office con el programa Power Point, o también con un programa de lectura de archivos en formato PDF.

El docente comentará reflexiva y críticamente el contenido de esta presentación, apoyado en información sobre el fenómeno del consumo cultural en general, y con datos de situaciones específicas que complementen la perspectiva cultural y social de los alumnos sobre el tema.

Motivando la presentación y comentarios de ejemplos que los alumnos identifiquen en su propio entorno, el docente buscará que los alumnos logren, al finalizar la exposición y habiendo solicitado y revisado las actividades de aprendizaje que se recomiendan en el documento, lo siguiente:

- Reconocer las principales aportaciones de John Fiske al estudio de la cultura popular y el consumo, desde una perspectiva que vincula los conceptos de poder, hegemonía, y significación.
- Dar cuenta del sentido que tienen las prácticas de consumo en espacios urbanos como los centros comerciales, los mercados tradicionales y las plazas públicas desde el punto de vista del "guerrillero semiótico": el consumidor que produce nuevas significaciones en el marco de las relaciones de poder.

También orientará las lecturas previas de los estudiantes a los textos referidos en la bibliografía del programa de la UA, invitándoles a aportar ejemplos de su propia experiencia y conocimiento.

Se anexa disco para su proyección y ejemplar impreso del programa.