



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:

**APROXIMACIONES A LA CULTURA POPULAR DESDE LA COMUNICACIÓN Y
EL CONSUMO**

(PROYECTABLES – SÓLO VISIÓN)

MATERIAL DIDÁCTICO ELABORADO POR:

Mtra. en Com. ANAID PÉREZ MONTEAGUDO

Septiembre de 2015

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."

Las diapositivas de esta presentación en programa Power Point exponen los supuestos de la cultura popular desde el enfoque de la Antropología del Consumo y con ello poder dar cuenta de sus prácticas y expresiones comunicativas. Se espera que a partir de estos argumentos teóricos y propuestas metodológicas los alumnos puedan dar cuenta de la presencia de los elementos culturales en los entornos locales pero también en los escenarios globalizados del consumo.

A partir de ella el docente debe procurar que los alumnos logren distinguir las peculiaridades de los fenómenos de consumo en la cultura popular, como una competencia para la intervención a través de la investigación sobre las prácticas de los consumidores, y en la toma de decisiones sobre el desarrollo de la economía mercantil y simbólica en términos de su comunicabilidad.

BREVE EXPLICACIÓN DE USO

El profesor requiere de un aula equipada con proyector, computadora y software Microsoft Office con el programa Power Point.

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.

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 proponen como actividades de aprendizaje que los alumnos elaboren reportes de investigación con soportes gráficos en los que demuestren su competencia para identificar, analizar y reflexionar sobre la presencia y conflicto de las culturas populares en los distintos ámbitos del consumo.

El alumno deberá elegir un escenario de observación de campo (ejemplo: centro comercial, plaza pública, mercado tradicional, centro histórico) y documentar datos sobre las prácticas de consumo y elementos de cultura popular en dichos escenarios.

La investigación puede guiarse por preguntas como:

¿Qué significa el consumo en el ámbito de las culturas populares?

¿Cuál es el sentido que los consumidores le atribuyen a las representaciones de la cultura popular?

¿Cuáles son las oportunidades y las limitaciones del consumo en los espacios y prácticas de la cultura popular?

El reporte se puede presentar por medio de una exposición con apoyos gráficos, principalmente fotografías o audiovisuales.

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