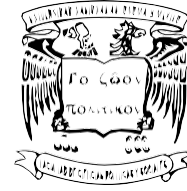


Datos generales

- Fecha del Examen Extraordinario: 07 de diciembre de 2024 al 25 de enero de 2025
- Nombre del profesor(a): Brenda Cecilia Ojinaga Zapata
- Correo electrónico del profesor (a): brendaoinaga@politicas.unam.mx
- Clave de la materia: 2511
- Nombre de la materia: Antropología del Consumo
- Licenciatura: Ciencias de la Comunicación
- Semestre al que pertenece: 5to semestre
- Carácter de la materia (obligatoria u optativa): optativa de elección
- Número de créditos: 08

Características del examen

- Temario
- **Unidad 1.**
 - 1.1 La antropología
 - 1.2 Antropología social
 - 1.3 Antropología simbólica
 - 1.4 Antropología del consumo
 - 1.5 El consumo y el consumismo
 - 1.6 El consumo y la publicidad
- **Unidad 2.**
 - 2.1. La sociedad industrial
 - 2.2 La sociedad de masas
 - 2.3 El desarrollo de los medios de comunicación y su influencia en el consumo
 - 2.4 La cultura de masas
- **Unidad 3.**
 - 3.1. La organización del consumo
 - 3.1.1 Teoría económica
 - 3.1.2. Estructuralismo
 - 3.1.3. Teoría posmoderna
 - 3.1.4. Producción y consumo
 - 3.2 La sociedad de consumo dirigido
 - 3.3. La manipulación de las necesidades
 - 3.4. El consumo en la vida cotidiana
 - 3.5. La formación de gustos, estilos y hábitos de consumo



- **Unidad 4.**

- 4.1. Las representaciones en la sociedad contemporánea
- 4.2. Mitos y estereotipos en la cultura de masas.
- 4.3. La moda y el individualismo
- 4.4. La publicidad como ideología
- 4.5. El consumo cultural
- 4.6. El consumo simbólico

- **Unidad 5.**

- 5.1. rituales de consumo
- 5.2 Arquetipos y estereotipos
- 5.3. Mitos y consumo
- 5.4. Universos simbólicos para el consumo

- **Contenidos a evaluar**

- Conocer la relación entre la antropología como ciencia social y su aplicación en el estudio de los aspectos culturales y sociales que caracterizan el consumo de las sociedades contemporáneas, así como su papel en la formación de identidades y representaciones.
- Identificar las influencias de la publicidad y el marketing en el consumo de las sociedad de consumo.
- Cuidado y atención a la redacción y correcta ortografía
- Capacidad de análisis y argumentación de la información
- Pensamiento crítico, habilidades y competencias orales y expresivas
- Correcta citación en formato APA.

- **Bibliografía básica**

Geertz, C. [2003]. *La interpretación de las culturas*. (12ªed) Barcelona: Gedisa

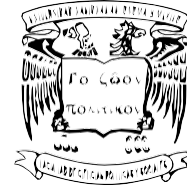
Enguix, B. (2012). *Cultura, Culturas, Antropología*. Barcelona: Universidad Abierta de Cataluña.

Barragán Solís, A & Lerma Gómez, M.C [2013] *Apuntes biográficos para Teoría Antropológica*. CONACULTA: Escuela Nacional de Antropología a Historia.

Spencer, H. [2004] ¿Qué es una sociedad? Una sociedad es un organismo. REIS: Revista Española de Investigaciones Sociológicas (º107), p.p 231-243:

Adorno, T. & Horkheimer. (2007). *La dialéctica de Ilustración*. Madrid: Ediciones Akal.

Bauer, Arnold (2001). *Somos lo que compramos. Historia de la cultura material en América Latina*.



Horkheimer, M. (2013). *Teoría tradicional y teoría crítica*. Madrid, España: Amorrortu Editores

Ortega, J. (1929). *La rebelión de las masas*. New York, USA: Ediciones LAVP.

Abruzzese, A. Y Miconi, A. (2002). *Zapping. Sociología De La Experiencia Televisiva*. Madrid. Ed. Cátedra

Castells, M. (1997). *La Era De La Información. Economía, Sociedad Y Cultura*. Vol 1. *La Sociedad Red*. Madrid, Alianza

Eco, U (1968). *Apocalípticos E Integrados*. Edit. Lumen. Barcelona

González Requena, J. (1997) *El Discurso Televisivo. Espectáculo De La Posmodernidad*. Madrid, Ed. Cátedra

McQuail, D. (1983). *Introducción a la teoría de la comunicación de masas*. Barcelona, Ed.

Rifkin, J. (2001). *La era del acceso*. Barcelona, Paidós

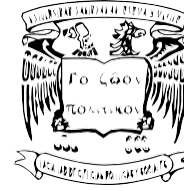
* Puedes apoyarte en cualquier texto o recurso bibliográfico que te ayude a contextualizar y desarrollar tu examen extraordinario, mencionado o no aquí, siempre y cuando esté debidamente citado. Como apoyo adicional, puedes encontrar algunos recursos de apoyo descargables en:

<https://drive.google.com/drive/folders/1qC5cQkF2GFuR7vqIs8OdlrZSJkFFdZVx?usp=sharing>

g

- **Recurso de evaluación**

- Instrucciones para el alumno: Elaborar **una presentación** en el formato que el estudiante elija: *powerpoint, prezi, word, keynote, canva, cmap, etc*; la cual debe ser grabada en video (voz e imagen del alumno/alumna) y enviarse al correo electrónico de la profesora (brendaojinaga@políticas.unam.mx) en las fechas establecidas por el Consejo Técnico para la implementación de Exámenes extraordinarios (03 de diciembre de 2022 al 7 de enero de 2023)
- Características de presentación del trabajo
 - **Mínimo de 10 diapositivas y un máximo 20 diapositivas** (sin contar portada y fuentes de consulta)
 - Presentación del video **mínimo 8 minutos y máximo 15 minutos**
 - El video puede incluir solo al alumno exponiendo o aparecer en pantalla junto con su presentación (No se permite el envío de videos donde no aparezca el alumno)



exponiendo personalmente para asegurar la identidad del alumno/a que presenta el examen).

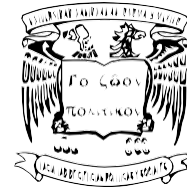
-Enviarse en formato mp4 ya sea por link de descarga (en drive, dropbox, weshare o similares) o subirse a alguna plataforma como Youtube o Vimeo.

-El video se deberá adjuntar por correo con la presentación que usó como apoyo para la grabación de su examen (o el link a la misma en caso de que sea alojada en alguna plataforma). Es indispensable el envío de ambos recursos: presentación + video.

-No se recibirán exámenes finales entregados/enviados ni antes ni después del periodo de aplicación de exámenes extraordinarios aprobado por el H. Consejo Técnico y publicados en el calendario escolar del SUAYED para el ciclo 2023-1. Este periodo comprende **desde las 00.01 horas del 07 de diciembre de 2024 hasta las 23:59 horas del 25 de enero de 2025, horario de la CDMX**. Se tomará como hora de entrega la que marque la bandeja de entrada de correo electrónico; una vez recibido el examen, la profesora confirmará de recibido, indicandola fecha y hora de recepción así como si el archivo se visualiza correctamente.

Examen

- A partir de los Temas del Plan de estudios de la materia, el alumno/alumna deberá **elegir un solo tema** de los expuestos a continuación para contextualizar histórica y socialmente un producto de consumo a partir de su contexto sociocultural, resaltando los principales aspectos culturales y sociales que caracterizan el consumo de las sociedades contemporáneas así como su papel en la formación de identidades y representaciones:
 - Diferencia entre consumo y consumismo
 - La sociedad industrial y la sociedad de masas
 - El paso del capitalismo industrial al capitalismo de consumo
 - El desarrollo de los medios de comunicación y su influencia en el consumo
 - La cultura de masas (distingue entre alta cultura, cultura de masas y cultura popular)
 - La manipulación de necesidades y el consumo dirigido
 - Mitos y estereotipos de la cultura de masas
 - Consumo cultural y consumo simbólico
- Posterior a su elección temática elaborará una presentación con el software de su elección (ppt, prezi, word, keynote, canva, cmap, etc.) con el cual expondrá los aspectos más relevantes, desde una perspectiva crítica y analítica del tema o acontecimiento elegido. Por consiguiente y dadas las características de la modalidad, el/la estudiante debe registrar en video su presentación explicando los siguientes aspectos:
 - Presentación personal
 - Justificación de la elección del tema (por qué lo escogió)
 - Introducción del tema



- Desarrollo (Exposición de la presentación, deberá apoyarse en un mínimo de 3 autores y utilizar un mínimo de 3 ejemplos para desarrollar el contenido)
- Conclusión (Crítica con perspectiva socio cultural)

Una vez concluida la grabación, el alumno/alumna debe enviar el archivo (en Drive, DropBox, etc.) o link (puede alojar en YouTube, etc.) al correo de la profesora: brendaojinaga@politicas.unam.mx, junto con la presentación en las fechas establecidas.

Criterios de acreditación

- Cumplir con el tiempo mínimo de duración del video (8 minutos) y con el mínimo de diapositivas (10)
- Creatividad en la presentación y exposición, que el audio sea claro y las imágenes coincidan con la narrativa.
- Citado al final de la presentación APA 6ta Edición
- Indispensable incluir todas las fuentes de consulta al final de la presentación
- El video debe incluir de medios multimedia como imágenes, audio, video, etc.
- Se revisará ortografía, gramática y sintaxis de la información
- Carátula de la presentación (no cuenta como diapositiva): universidad, datos de la facultad, nombre de la materia, nombre del docente, nombre del alumno/alumna, actividad que se está elaborando y fecha
- Se tomará en cuenta coherencia de la información y fundamentos de la información

Notas:

- Si se detecta plagio en los contenidos, se anulará el examen extraordinario, es indispensable citar de manera correcta.
- Dudas respecto a los contenidos, evaluación, estructura de la presentación escribir a brendaojinaga@politicas.unam.mx