

UNIVERSIDAD NACIONAL AUTÓNOMA DE MÉXICO



Facultad de Ciencias Políticas y Sociales

Plan de Estudios de la Licenciatura en Ciencias de la Comunicación

Antropología del consumo

Clave	Semestre 5°	Créditos 8	Campo de profundización		Publicidad	
			Etapa		Profundización	
Modalidad	Curso (X) Taller () Lab () Sem ()		Tipo	T (X)	P ()	T/P
Carácter	Obligatorio (X) Optativo ()		Horas			
	Obligatorio E ()					
	Optativo E ()					
			Semana	Semestre		
			Teóricas 16	Teóricas 64		
			Prácticas 0	Prácticas 0		
			Total 16	Total 64		

Seriación	
Ninguna (x)	
Obligatoria ()	
Asignatura antecedente	
Asignatura subsecuente	
Indicativa (x)	
Asignatura	

antecedente	Ninguna		
Asignatura subsecuente	Campañas de publicidad		
Objetivo general:			
El alumno conocerá las características del consumo en la sociedad contemporánea, a partir de considerarlo como una práctica social y su papel en la formación de identidades y representaciones.			
Objetivos específicos:			
El alumno:			
<ul style="list-style-type: none"> - Conocerá los aspectos culturales, sociales y comunicacionales sobre los que se da el consumo en las sociedades contemporáneas. - Ubicará el fenómeno del consumo en la sociedad y su vinculación con los planteamientos de la modernidad. - Analizará las características del consumo simbólico en la comunicación y en la publicidad. - Identificará rituales y mitos en el consumo. 			
Índice temático			
	Tema	Horas Semestre	
		Teóricas	Prácticas
1	Introducción	4	0
2	La sociedad contemporánea	8	0
3	Las teorías acerca del consumo	20	0
4	La modernidad y el consumo	20	0
5	Deconstrucción de rituales de consumo	12	0
	Total	64	0
	Suma total de horas	64	
Contenido Temático			
Tema	Subtemas		
1.	Introducción 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		
2.	La sociedad contemporánea 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		

Tema 1

- ADORNO Teodoro; Bell, Daniel, et. al. *Industria cultural y sociedad de masas*. Ed. Monte Ávila Editores 1974.
- GARCÍA Calderón, Carola. *El poder de la publicidad en México*. Ed. Comunicación y Política editores, México, 2014. Introducción y capítulo 1.

Tema 2

- LEFEBVRE Henri. *La vida cotidiana en el mundo moderno*, Alianza Editorial, 1972. Introducción, caps. 1 y 2.
- PÉREZ Tornero, et al. *La seducción de la opulencia*. Ed. Paidós, Barcelona, 1993. caps. 1-6.

Tema 3

- BORRAS, CATALA Vincent. *El consumo: un análisis sociológico. La estructura del consumo y los grupos sociales en la región metropolitana de Barcelona*. Cedecs. Textos Abiertos. Barcelona 1998. 1ª.parte.
- BAUER, Arnold. *Somos lo que compramos*, Ed. Taurus, España. caps. 1, 5 y 6.
- DE LOS REYES AURELIO (coord.). *Historia de la vida cotidiana en México. Siglo XX. Vol. II*. FCE. México.
- HELLER, Agnes. *Teoría de las necesidades en Marx*, Ed. Península, Barcelona.
- DOGANA, E. *Psicopatología del consumo cotidiano*, Ed. Gedisa, Barcelona, 1984.
- O'SHAUGNESSY, J. *¿Por qué compra la gente?*, Ed. Díaz de Santos, Madrid, 1989.
- SASSATELLI ROBERTA. *Consumo, cultura y sociedad*. Amorrortu Editores. Argentina. 2012.

Tema 4

- CAREAGA Gabriel. *Mitos y fantasías de la clase media en México* Joaquín Mortiz o Cal y Arena. México.
- GARCÍA Canclini, Néstor. *El consumo cultural en México*, CONACULTA, México, 1993. Cap. 1, p. 15-41 y cap.2 p. 43-85 y cap. 9 p. 295-336.
- LIPOVETSKY, Giles. *El imperio de lo efímero*, Ed. Anagrama, Barcelona, 1990. 2ª Parte.
- ENTWISTLE. *El cuerpo y la moda*. Editorial Paidós.
- LIPOVETSKY Giles. *La tercera mujer*. Ed. Anagrama, Barcelona, 1999. cap. 3.
- KLEIN, Naomi. *No logo, el poder de las marcas*. Ed Paidós. Barcelona, 2001.

Tema 5

- BARTHES Roland. *Mitologías*. Siglo XXI Editores. México, 1990
- MORDUCHOWICZ, Roxana. (.) *Los jóvenes y las pantallas. Nuevas formas de sociabilidad*. Ed. Gedisa. Argentina 2008.
- PERE Oriol Costa, Pérez Tornero J.M. y Tropea Fabio. *Tribus Urbanas. El ansia de la identidad juvenil*. Ed. Paidós, Barcelona, 1996. Introducción, caps.1-3. P.p. 11-125.
- QUART, Alicia. *Marcados. La explotación comercial de los adolescentes*. Ed. Debate. Barcelona 2004.
- WARNIER, Jean Pierre. *La mundialización de la cultura*. Gedisa. Barcelona 2002. Caps 1-3.

Bibliografía complementaria:

- BAUDRILLARD, Jean. *El sistema de los objetos*, Ed. Siglo XXI.
- BREE, JOEL. *Los niños, la publicidad y el marketing*. Ed. Paidós.
- CARRILLO María Victoria. *Publicidad y Anorexia. Influencia de la publicidad y otros factores en la conducta alimentaria*. Ed. Ciencias sociales. Madrid. 2002.
- DE CERTEAU, M. *La invención de lo cotidiano*. México. Universidad Iberoamericana. 1990.
- COELHO, Texeira. *Diccionario crítico de política cultural. Cultura e imaginario*. Ed. Gedisa. Barcelona 2009.
- DOUGLAS, Mary e ISHEWOOD Baron. *El mundo de los bienes*, Grijalbo, México, 1990.
- EWEN, Stuart. *Todas las imágenes del consumismo*. CONACULTA, México, 1991.
- GARCÍA Calderón Carola. "Publicidad y vida cotidiana. La participación de la publicidad en la conformación de la vida cotidiana" en *Pensar la publicidad. Revista internacional de Investigaciones Publicitarias*. Facultad de Ciencias de la Información. Universidad Complutense de Madrid y Facultad de Ciencias Sociales y Jurídicas. Universidad de Valladolid. Volumen 3. Número 2. 2009. P. 179-196.
- GARCÍA Calderón Carola. "Los alimentos chatarra en México. Regulación publicitaria y autorregulación" *Derecho a comunicar AMEDI*. No. 2. Mayo-agosto 2011. <http://derechoacomunicar.amedi.org>. Pp.171-195.
- GIROUX, Henry. *Placeres inquietantes*. Ed. Paidós, 1996. caps. 1 y 2. pp. 17-79
- HELLER, Agnes. *La sociología de la vida cotidiana*, Ed. Península, Barcelona, 1977. Introducción. Caps. 1 y 4.
- LACALLE Charo. *El espectador televisivo*. Ed. Gedisa. Barcelona. 2001.
- LIPOVETSKY, Gilles. *La era del vacío*. Ed. Anagrama. Barcelona.
- LIZARAZO, Diego. *La reconstrucción del significado*. Adisson- Wesley Longman, México, 1998.
- PINTADO Teresa. *Marketing para adolescentes*. Editorial Pirámide. Madrid 2004.
- VEBLEN, Thorstsein. *Teoría de la clase ociosa*. Alianza Editorial. Madrid. 2011.
- VERDÚ Vicente. 2003. *El Estilo del Mundo. La Vida en el capitalismo de ficción*. Editorial Anagrama. Barcelona. 198 pp.
- VERDÚ, Vicente. 2006. *Yo y Tú Objetos de Lujo. El personismo: la Primera Revolución Cultural del Siglo XXI*. Editorial Debate España. 198pp.