

# **COMUNICACIÓN y Cultura de CONSUMO**

**Quinto Año**

## **TRABAJO DE FORTALECIMIENTO**

**Escuela Secundaria Latinoamérica**

**Año 2020**

**Prof. Claudio Alvarez Terán**

## TRABAJO N° 1

A partir de la lectura del título **CULTURA MUNDO** de la bibliografía de la cátedra (pag 7 a 15), y de los videos de clase, responder a la siguiente grilla de preguntas, interpretando y utilizando tus propias palabras:

1. ¿Por qué se le da el nombre de “CULTURA MUNDO” a nuestra nueva forma de vivir? ¿Por qué se considera algo nuevo?
2. Explique las razones por las cuales el MERCADO es uno de los elementos más importantes de la Cultura Mundo. ¿Qué significa que toda nuestra vida es absorbida por los factores económicos?
3. Explique en qué consiste el fenómeno de la INDIVIDUACIÓN y cómo incide este factor en la Cultura Mundo. ¿Qué vínculo tiene la Individuación con el deseo y el fenómeno del consumo?
4. Explique qué son las INDUSTRIAS CULTURALES y de qué manera se han convertido en productores centrales de la Cultura Mundo. ¿Cuál es su vínculo personal con las Industrias Culturales?
5. ¿Cuál es la relación que existe hoy entre la CULTURA MUNDO y el sistema económico capitalista?

## TRABAJO N° 2

A partir de la lectura del título **CULTURA DE CONSUMO**, de la bibliografía de la cátedra (pag. 16 a 25), y de los videos de clase, responder a la siguiente grilla de preguntas, interpretando y utilizando tus propias palabras:

1. Expliquen qué cambio sustancial se produjo en el significado de la idea de Consumo existente en el siglo pasado respecto al nuestro.
2. ¿Qué rol juega el hedonismo en esta sociedad de consumidores? ¿Hay consumos que puedan considerarse de carácter global? ¿Hay entonces una Sociedad de Consumidores a nivel global?
3. ¿Expliquen en qué consisten el valor de uso, el valor de cambio y el valor signo? ¿Por cuál de los valores consume habitualmente vuestro grupo familiar?
4. Elaboren una explicación sobre qué son los paradigmas Mercantil, de la Distinción y de la Individualización en el fenómeno del consumo. Incluyan ejemplos en su explicación por cada uno de los paradigmas.

## TRABAJO N° 3

A partir de la lectura del título **CULTURA MAINSTREAM**, de la bibliografía de la cátedra (pag. 54 a 81), responder a la siguiente grilla de preguntas, y de los videos de clase, interpretando y utilizando tus propias palabras:

- 1) Definan que se entiende por Cultura Mainstream, explicando por qué es un fenómeno relativamente reciente y hasta hace 30 años casi no existía.
- 2) Defina la idea de “Poder Suave” y utilicen ejemplos que justifiquen su argumentación.
- 3) La Industria de Contenidos del Mainstream comercializa productos culturales, servicios culturales y formatos culturales. Explique qué significa cada cosa y de ejemplos sobre cada uno de ellos.
- 4) Ejemplifique con sus propios consumos 3 contenidos de cine mainstream, 3 contenidos de televisión mainstream y 3 contenidos de música mainstream.
- 5) ¿Qué significa que existe una guerra comercial por los contenidos en el mundo? Describa brevemente en qué casos se puede observar esta guerra comercial utilizando ejemplos de su propio consumo.

## TRABAJO N° 4

A partir de la lectura de los títulos **LA(s) INTERNET(s) y MARKETING y PUBLICIDAD**, de la bibliografía de la cátedra (pag 82 a 86 – 91 a 94 y 112 a 115), y de los videos de clase, responder a la siguiente grilla de preguntas, interpretando y utilizando tus propias palabras:

- 1) ¿Por qué se afirma que Internet es un fenómeno global pero con características locales y plurales? Ejemplifique con sus propios consumos de internet.
- 2) Explique de qué manera el complejo de empresas GAFa trabaja con los datos personales y por qué son comparables a una agencia de seguridad de un Estado.
- 3) ¿Para qué sirve la Publicidad? De usted ejemplos de publicidad de productos, servicios, causas sociales y políticos.
- 4) ¿Qué característica tiene una publicidad cuyo contenido claramente no es cierto, pero igual resulta eficaz y alcanza los resultados buscados? De usted un ejemplo.
- 5) ¿Qué diferencia existe entre la publicidad y el marketing?