



Universidad Veracruzana
Dirección General de Desarrollo Académico e Innovación Educativa
Dirección de Innovación Educativa / Departamento de Desarrollo Curricular

Programa de experiencia educativa
Proyecto Educativo 2022

1. Área Académica

Todas las áreas académicas

2. Programa Educativo

Todos los programas educativos vigentes

3. Entidad(es) Académica(s)	4. Región(es)
Coordinación Universitaria para la sustentabilidad	Todas

5. Código	6. Nombre de la Experiencia Educativa
	Sustentabilidad y sociedad de consumo

7. Área de Formación del Modelo Educativo Institucional	8. Carácter
Área de Formación de Elección Libre	Electiva

9. Agrupación curricular distintiva
Medio ambiente y sustentabilidad

10. Valores

Horas Teóricas	Horas Prácticas	Horas Otras	Total de horas	Créditos	Equivalencia (s)
2	1	--	45	5	No aplica

11. Modalidad y ambiente de aprendizaje	12. Espacio	13. Relación disciplinar	14. Oportunidad de evaluación
M: curso taller A: Virtual	Eminus 4	Interdisciplinaria	Ordinario

15. EE prerequisite(s)

Ninguno

16. Organización de los estudiantes en el proceso de aprendizaje

Máximo	Mínimo
--------	--------

17. Justificación y contribución a la formación de los estudiantes

La experiencia educativa “Sustentabilidad y sociedad del consumo” está orientada a contribuir al Eje 2 del Programa de Trabajo Rectoral 2021-2025. Tiene una duración de 45 horas, distribuidas en 30 hrs. de teoría y 15 hrs. prácticas, con un valor de 5 créditos.

El impacto socioambiental que deriva del sistema de producción y consumo actual en las sociedades occidentales requiere reconocer que el modelo económico imperante debe involucrar una responsabilidad educativa que aminore las consecuencias y que valore las alternativas. El consumo consciente se basa en prácticas responsables de consumo y en la elección de productos y servicios considerando toda la demanda energética de su cadena de producción, hasta el fin de su vida útil y la generación de residuos que ello implica.

La reciente proliferación de mercados alternativos, cooperativas de consumo, huertos comunitarios, clubes de trueque y otras formas de organización económica alrededor del mundo, da cuenta de las formas en que se proyecta cotidianamente la utopía de un mundo mejor a través de las decisiones de consumo, intercambio y autoaprovisionamiento (Chaparro y Peredo, 2021). Es por ello pertinente la revisión de las bases de estas alternativas, que hacen frente al modelo económico imperante que ha causado diversidad de impactos tanto positivos como negativos al ambiente y a la sociedad.

Aunado a lo anterior, el cambio climático es un problema grave y complejo, la responsabilidad de hacer frente a sus efectos y a modificar nuestros hábitos como consumidores es urgente, se extiende a todos los ámbitos de la sociedad y, por tanto, desde todos estos ámbitos debemos cambiar nuestro modo de tomar decisiones y de actuar. Es necesaria la reflexión en preguntas al respecto, por ejemplo ¿cómo influye el consumo sobre el cambio climático? ¿cómo va a afectar la preocupación por el cambio climático a los hábitos de consumo? y ¿cómo se puede contribuir a la lucha contra el cambio climático desde el consumo?

La comunidad universitaria y la sociedad en general puede tomar parte de iniciativas, conocer y seguir las normas para que, desde su acción individual, se propicien cambios en sus hábitos, comportamientos y actitudes que incidan positivamente en los diferentes problemas socioambientales. Particularmente, uno de los comportamientos individuales que está más relacionado con dichos problemas es el consumo.

Se pretende contribuir a la formación del estudiantado con suficientes elementos orientadores para mirar las alternativas de economía que existen, más respetuosas con el ambiente, y los modelos de consumo responsable para abonar al impulso a una cultura de sustentabilidad y ecociudadanía.

18. Unidad de competencia (UC)

Las y los estudiantes comprenden los elementos que construyen a una sociedad de consumo, identificando la necesidad de la adopción de una mirada crítica hacia el modelo socioeconómico imperante, para transitar hacia la adopción de posturas de respeto, cuidado y responsabilidad socioambiental como consecuencia de los impactos generados por los patrones de consumismo actuales.

19. Saberes

Heurísticos	Teóricos	Axiológicos
<ul style="list-style-type: none"> • Capacidad de cuestionamiento académico. • Conocimiento y capacidad de trabajo desde perspectivas inter y transdisciplinarias. • Conciencia y comprensión de lo que implica el pensamiento crítico y complejo. • Lectura de comprensión de textos académicos con enfoque crítico. • Actitud de indagación permanente en su propia realidad • Capacidad para la selección y manejo de paquetería para procesamiento de textos, información cuantitativa y cualitativa. • Autodidáctica para su aprendizaje. 	<ul style="list-style-type: none"> • 1. Bases teóricas y epistemológicas • Teorías generales en torno a la sociedad de consumo • Dominación, explotación y consumo • Mercadotecnia, estilos de vida y consumo • Efectos ecológicos del consumo • 2. Reflejos del modelo • Alimentación: producción, cuerpos y consumo • Cuerpos, vestido y moda • Consumo y perspectiva de género • Salud, enfermedad y consumo • 3. Espacios y sitios de consumo • Turismo y consumo • Comunicación, TICs y consumo • Consumos culturales y distinción • La espiritualidad como mercancía • 4. Alternativas y otras economías • El consumo de la Naturaleza y el consumo "ambientalista" • Economía circular • Consumo solidario • Otras economías y perspectivas 	<ul style="list-style-type: none"> • Autoconocimiento y autocrítica. • Conciencia y compromiso social. • Respeto hacia la vida, los sistemas ecológicos y los bienes comunes. • Respeto a la diversidad cultural y social. • Capacidad creativa para el bien común. • Perspectiva de género. • Discernimiento sobre responsabilidades individuales y colectivas frente a la problemática ambiental. • Compasión en la diversidad de modos de vida. • Disposición hacia un consumo consciente.

20. Estrategias generales para el abordaje de los saberes y la generación de experiencia

	Actividad presencial	Actividad virtual
De aprendizaje <ul style="list-style-type: none"> • Comprensión de lecturas • Observación y análisis de diagramas • Toma de notas • Generación de conversaciones críticas y constructivas 		<ul style="list-style-type: none"> • Reproducción y análisis de videos • Elaboración de ordenadores gráficos • Elaboración de evidencias gráficas

<p>De enseñanza</p> <ul style="list-style-type: none"> • Facilitación de contenidos en plataforma virtual • Moderación de participación en los foros • Retroalimentación de evidencias de trabajo 		<ul style="list-style-type: none"> • Seguimiento a las actividades • Acompañamiento a los participantes
--	--	---

21. Apoyos educativos.

<ul style="list-style-type: none"> • Libros, guías, artículos en línea • Videos en línea • Recursos educativos abiertos • Sitios web • Computadora preferentemente, aunque podrá utilizarse otro dispositivo móvil • Cualquier explorador • Servicio de internet • Bocinas /audífonos y micrófono • Dispositivo móvil que tenga cámara

22. Evaluación integral del aprendizaje.

Evidencias de desempeño por productos	Indicadores generales de desempeño	Procedimiento(s) e instrumento(s) de evaluación	Porcentaje
Reportes de lectura	<p>Capacidad de comprensión lectora.</p> <p>Capacidad de síntesis.</p> <p>Capacidad de argumentación escrita.</p> <p>Redacción, ortografía y presentación.</p>	<p>Al inicio de cada sesión, las y los estudiantes deberán presentar un párrafo síntesis de las lecturas asignadas. La evaluación de cada reporte se hará con base en los indicadores de desempeño, correspondiendo cada uno de ellos a 25% de la calificación.</p>	20%

Ejercicios de aplicación	Calidad de la información investigada. Capacidad de argumentación escrita. Redacción, ortografía y presentación	En algunas sesiones se encargará a las y los estudiantes presentar por escrito un ejercicio de aplicación de las lecturas revisadas. La evaluación de cada ejercicio se hará con base en los indicadores de desempeño, correspondiendo cada uno de ellos a un tercio de la calificación.	20%
Ensayo final	Calidad de lecturas referidas y de la información reunida para el trabajo. Capacidad de argumentación escrita.	Las y los estudiantes deberán elaborar un ensayo de 10- 12 cuartillas (incluida bibliografía y gráficos). La evaluación del ensayo final se hará con base en los indicadores de desempeño, correspondiendo cada uno de ellos a 50% de la calificación.	60%

23. Acreditación de la EE

Para acreditar esta experiencia educativa la (el) estudiante deberá haber presentado con suficiencia cada evidencia de desempeño, es decir, que el promedio de todas ellas obtenga por lo menos 60%.

24. Perfil académico del docente

Con licenciatura en cualquier disciplina y preferentemente posgrado, con trayectoria en temáticas de sustentabilidad y con experiencia en facilitación en línea.

25. Fuentes de información

Básicas

Vázquez Rodríguez, Gerardo (2019). Fundamentos de la sociedad y la ciudad de consumo. Señalamiento a sus dinámicas habituales. Contexto. Revista de la Facultad de Arquitectura de la Universidad Autónoma de Nuevo León, XIII(18),31-43.[fecha de Consulta 8 de Julio de 2022]. ISSN: 2007-1639. Disponible en: <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=353665734003>

Paradelo Núñez, Martín. 2013. El consumo y el control del deseo como estrategias de dominación. Estudios. n° 3-3 pp. 27-44. issn: 2254-1632. Disponible en: <https://dialnet.unirioja.es/descarga/articulo/4711991.pdf>

Páramo Morales, Dagoberto. El Fenómeno de Consumo y el Consumo en Marketing. Convergencia. Revista de Ciencias Sociales, vol. 11, núm. 34, enero-abril, 2004, pp. 221-250 Universidad Autónoma del Estado de México Toluca, México Disponible en: <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=10503409>

ITESO, Universidad Jesuita de Guadalajara Greenpeace México. 2021. Reporte de investigación el consumo en México y sus impactos en el cambio climático: ¿cómo avanzar hacia el consumo responsable Disponible en: <https://www.greenpeace.org/static/planet4-mexico-stateless/2021/02/323beeae-greenpeace-iteso-030221.pdf>

Complementarias

Lara González, José David. Consumo y consumismo. Algunos elementos traza sobre estudiantes Universitarios en México. Nómadas. Critical Journal of Social and Juridical Sciences, vol. 21, núm. 1, 2009. Euro-Mediterranean University Institute. Roma, Italia. Disponible en: <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=18111521024>

Rodríguez Díaz, Susana. 2012. Consumismo y sociedad: una visión crítica del homo consumens. Nómadas. Revista Crítica de Ciencias Sociales y Jurídicas 34 Mediterranean University Institute, Universidad Complutense de Madrid. Disponible en <https://revistas.ucm.es/index.php/NOMA/article/download/40739/39058>

Sabogal, Julian. 2015. El modo de producción capitalista, su actual crisis sistémica y una alternativa posible. Sociedad y economía No. 28, 2015 pp. 75-94. Disponible en: <http://www.scielo.org.co/pdf/soec/n28/n28a05.pdf>

A. Guillén, 2021. “El régimen de acumulación en México: caracterización, tendencias y propuestas para su transformación”, serie Estudios y Perspectivas - Sede Subregional de la CEPAL en México, N° 190 (LC/TS.2021/42; LC/MEX/TS.2021/7), Ciudad de México, Comisión Económica para América Latina y el Caribe (CEPAL). Disponible en https://repositorio.cepal.org/bitstream/handle/11362/46794/1/S2100214_es.pdf

Galafass, Guido P. 2004. Naturaleza, sociedad y alienación. Ciencia y desarrollo en la modernidad. Editorial Nordan–Comunidad Avda. Millán 4113, 12900 Montevideo, Uruguay Disponible en: [http://theomai.unq.edu.ar/Naturaleza_sociedad_yalienacion_\(GG\).pdf](http://theomai.unq.edu.ar/Naturaleza_sociedad_yalienacion_(GG).pdf)

Moreno-Salamanca, N. (2018). La economía del cuidado: división social y sexual del trabajo no remunerado en Bogotá. Revista Latinoamericana de Estudios de Familia, 10(1), 51-77. Disponible en : http://revlatinofamilia.ucaldas.edu.co/downloads/Rlef10_4.pdf

Velázquez, Yolanda, Díaz Cabrera, Ma. Dolores. Violencia y desigualdad laboral en México: revisión teórica desde una perspectiva de género. Volumen 17, número 42, enero-abril, 2020, pp. 423-440. Disponible: <http://www.scielo.org.mx/pdf/anda/v17n42/1870-0063-anda-17-42->

[423.pdf](#)

Bur, Anibal. 2013. Marketing sustentable. Utilización del marketing sustentable en la industria textil y de la indumentaria. Cuaderno 45. Centro de Estudios en Diseño y Comunicación . pp 133-142 ISSN 1668-522. Disponible en: <https://dialnet.unirioja.es/descarga/articulo/4200817.pdf>

26. Formalización de la EE

Fecha de elaboración	Fecha de modificación	Cuerpo colegiado de aprobación
Octubre 2022		

27. Nombre de los académicos que elaboraron/modificaron

Dra. Ana Isabel Fontecilla Carbonell, Dra. Ariadna Tercero Pérez, Dra. Laura Odila Bello Benavides