

Proyecto de investigación

Del Símbolo al Producto

Integrantes del Equipo

Blas Chávez Alan Natanael

Martínez Rojas Valeria

Neri Zamora Dana Atzin

Palma Rodríguez Zahid

Ramírez Vargas Daniela Marisol

Uribe Ramírez José Manuel

Fecha:

Grupo: AE02G 5°B

Trimestre: 26I

Índice

1.Introducción

2.Planteamiento del Problema

3.Objetivo

3.1. General

3.2.Particulares

4.Marco teórico

4.1. Marketing

4.2. Mercado ilegal

4.3. Especie en peligro de extinción

4.4. Contexto cultural

5.Propuestas de Diseño

6.Resultados

7.Conclusión

8.Bibliografía

1. Introducción

2. Planteamiento del Problema

¿Cómo influye la comercialización global de la imagen del ajolote en la comprensión de su simbolismo cultural y en el compromiso real con la preservación de su hábitat?

3. Objetivo

3.1 General

Analizar las distintas formas en que el ajolote es presentado como símbolo cultural, producto comercial y especie en peligro, y cómo influye en la percepción social. Contrastar los mensajes que vienen de la ciencia, el mercado y la educación ambiental para identificar contradicciones. Mediante la comunicación, proponer recomendaciones que integren su valor cultural.

3.2 Particulares

- Analizar la correlación entre la comercialización estética y su distorsión como especie en peligro de extinción diagnosticando el grado de descontextualización cultural.
- Contrastar la forma en como es representado con su realidad biológica.
- Evaluar su popularidad y el incremento del mercado ilegal.
- Evidenciar el impacto de estas prácticas comerciales y la pérdida de su integridad realizando una campaña de concientización.

4. Marco Teórico

4.1 Marketing

4.2 Mercado ilegal

4.3 Especie en peligro de extinción

4.4 Contexto cultural

5. Propuestas de Diseño