



<http://www.udg.edu>

Sociologia del consum



Universitat de Girona

Facultat de Ciències Econòmiques i Empresariales

Diplomatura de Ciències Empresariales

Curs 1999-2000

2n quadrimestre

Assignatura optativa

6 crèdits

Departament d'Empresa

Campus de Montilivi

17071 Girona

Fax 34 (972) 41 80 32

c.e. csanchez@enterprise.udg.es

PROGRAMA DE SOCIOLOGIA DEL CONSUM

Professor/a: Cristina Sánchez Miret

Objectius: Des dels inicis del capitalisme industrial producció i consum han estat dos àmbits estudiats des de disciplines diferents. Actualment els canvis que s'han produït al món de la producció, com les noves formes d'organització del treball, la inclusió de les noves tecnologies i la flexibilització, responen a un mercat cada vegada més segmentat, individualitzat i personalitzat. Així el món de la producció i els béns i serveis que les empreses ofereixen estan més que mai lligats als canvis en el món del consum. Processos de producció i objectes de consum constitueixen un tot. Per això el consum constitueix un dels àmbits fonamentals a estudiar per als futurs tècnics d'empresa.

Entre els objectius més concrets caldria destacar-en tres:

1. Coneixement i visualització de les característiques de la nostra societat de consum.
2. Comprensió del lligam entre producció i consum.
3. Caracterització del nous consums emergents.

Programa teòric:

Tema 1. Societat i Sociologia. El consum com a institució social.

Tema 2. Aspectes històrics, econòmics i socials de la societat de consum espanyola i catalana.

Tema 3. Teories del consum. El consumidor en la teoria econòmica. Simbologia i consum. Producció i consum. Els teòrics de la postmodernitat.

Tema 4. El consum i les classes socials. Desigualtats i consum.

Tema 5. Consum i estils de vida.

Tema 6. Cap a un nou model de consum. Segmentació i polarització social.

Programa pràctic:

Es realitzaran sessions de pràctiques al voltant de cada tema, concretament consistiran en l'anàlisi de publicitats i comentaris de vídeos.

Programa d'activitats acadèmicament dirigides:

Les activitats acadèmicament tindran un caràcter de suport a la docència impartida a classe, tant pel que fa a les classes teòriques com a l'elaboració de les pràctiques. Es realitzaran amb grups reduïts d'estudiants.

Desenvolupament del programa al llarg del curs:

S'impartiran classes teòriques i pràctiques, recolçades en els apunts, la bibliografia recomana i material audiovisual. El curs està dividit en tres grans parts. Una primera part introductòria (temes 1, 2 i 3) on s'analitza el consum con a institució social, la seva història i els diferents enfocaments econòmics i sociològics sobre el tema. Una segona part centrada en la relació entre consum i classes socials (temes 4 i 5). I finalment, una tercera part (tema 6) en la que s'apunten les característiques del possible model de consum futur.

Sistema d'avaluació:

L'avaluació consistirà en la realització d'una prova final que inclourà alguna pregunta tant sobre les pràctiques com sobre les activitats acadèmicament dirigides.

Bibliografia bàsica:

ALONSO L. E., CONDE F. (1994), *Historia del consumo en España: Una aproximación a sus orígenes y primer desarrollo*, Madrid, Debate

BORRÀS CATALÀ V. (1998) *El consumo, un análisis sociológico*. Barcelona, Cedecs.

Bibliografia complementària:

ALONSO L. E. (1989), 'Proceso de trabajo y objeto de consumo. Apuntes para un análisis de su evolución conjunta', *Sociología del Trabajo*, 8, pp.59-80.

Alonso L.E. Conde F. (1996) "Las paradojas de la globalización: la crisis del estado del bienestar nacional y las regiones vulnerables" a *Revista de Estudios Regionales*, nº 44 pp 87-124.

Alonso L.E. Corominas D. (1995). Estado y mercado en un contexto de Glocalización: Un ensayo de interpretación sobre el modelo social Madrileño" a *Economía y Sociedad*, nº12.

ANDRES ORIZO F. (1977), *Las bases sociales del consumo en España*, Madrid, Confed. Española de Cajas de Ahorro.

BARTHES R. (1980), *Mitologías*, Madrid, Siglo XXI.

BAUDRILLARD J. (1969), *El sistema de los objetos*, Madrid, Siglo XXI.

BAUDRILLARD J. (1987), *Crítica de la economía política del signo*, Madrid, Siglo XXI.

BOCOCK R. (1993), *El consumo*, Madrid, Talasa Ediciones.

BOURDIEU P. (1991), *La distinción. Criterio y bases sociales del gusto*,. Altea, Taurus Humanidades.

Castell R. (1995) "De la exclusión como estado a la vulnerabilidad como proceso" a *Archipelago* nº21 pp 27-36

Castells M. (1997) *La era de la información. Economía, Sociedad y Cultura. Vol I La sociedad red*. Alianza. Madrid.

- CASTILLO CASTILLO J. (1987), *Sociedad de consumo a la española*, Madrid, Eudema Actualidad.
- Conde F. Alonso L.E. (1996) "Crisis y transformación de las sociedades de consumo: de los modelos nacionales al modelo glocal" a *Estudios sobre Consumo* nº36, pp 13-27
- DOBB M. (1975) *Teoría del valor y de la distribución. Ideología y teoría económica*. Buenos Aires, Siglo XXI.
- FEATHERSTONE M. (1992), *Consumer Culture and Postmodernism*, London, Sage.
- GALBRAITH J. K. (1992), *La Sociedad Opulenta*, Barcelona, Ariel.
- GREEN J.H.A. (1976), *La teoría del consumo*, Alianza Universidad, Madrid.
- Grignon c. Paseron j.p.(1992) Lo culto y lo popular. Miserabilismo y populismo en sociología y en literatura, Madrid, La piqueta.
- LEE M. J. (1993), *Consumer culture reborn*, London, Routledge.
- LEONINI L. (1990-91), 'A che servono le cose? A proposito di due contributi sui consumi', *Quaderni di Sociologia*, 29, pp. 168-178.
- LIPOVETSKY G. (1986), *La era del vacío*, Barcelona, Anagrama.
- LIPOVETSKY G. (1990), *El imperio de lo efímero*, Barcelona, Anagrama.
- MARAFIOTI R. (1988), *Los significantes del consumo. Semiología, medios masivos y publicidad*, Buenos Aires, Biblos.
- MEEK R. (1980) *Smith, Marx y después. Diez ensayos sobre el desarrollo del pensamiento económico*. Madrid, Siglo XXI.
- PRETECEILLE E. (1975), 'Besoins sociaux et socialisation de la consommation', *La pensée*, 180, pp. 22-60.
- PRETECEILLE E., TERRAIL, J. P. (1986), *Capitalism, consumption and needs*, Oxford, Basil Blackwell.
- ROCHEFORT R. (1995), *La société des consommateurs*, Francia, Editions Odile Jacob.
- TERRAIL J-P (1975), 'Production des besoins et besoins de la production', *La pensée*, 180, pp. 6-21.
- VEBLEN T. (1944), *Teoría de la clase ociosa*, Mexico, Fondo de Cultura Económica.