



FICHA DOCENTE

Datos generales

Título de la asignatura: **ESTILOS DE VIDA Y DE CONSUMO**

Carácter: OPTATIVO

Módulo:

Materia:

Créditos/ECTS: 4,5

Duración:

Horas presenciales semanales: 2.30

Docente/s: **Rubén Blanco**

Competencias de la asignatura:

- COMPETENCIAS GENERALES:

- CG1. Capacidad para investigar y analizar científicamente desde la perspectiva sociocultural los fenómenos y procesos vinculados al ámbito de la comunicación y del conocimiento.
- CG2. Capacidad de diseñar, estructurar y realizar una investigación que permita comprender en profundidad, y a partir de una interrogación teórico-metodológica autónoma y compleja, las características socioculturales de la comunicación y del conocimiento.
- CG3. Capacidad de desarrollar un razonamiento crítico y de evaluar con criterios científico-académicos los resultados y conocimientos obtenidos.
- CG4. Capacidad para comunicar propuestas y/o resultados de investigación sociocultural referidos a dichas temáticas ante la comunidad científico académica así como ante un público experto y/o especializado.
- CG5. Capacidad para el desarrollo de relaciones interpersonales y de trabajo en equipos científico-académicos y grupos de investigación.

- COMPETENCIAS ESPECÍFICAS:

- CE1. Conocer y saber aplicar los distintos enfoques teóricos al análisis sociocultural de la comunicación y del conocimiento en la sociedad contemporánea.
- CE2. Saber identificar y analizar con criterios científico-académicos los diferentes procesos y prácticas culturales y comunicativas contemporáneas.
- CE4. Saber identificar y analizar los procesos sociales y cognoscitivos contemporáneos con las metodologías adecuadas a dicho objeto de investigación.

Breve descriptor:

Teniendo como columna vertebral los estilos de vida, se establecen primeramente (con el objetivo de que el alumno pueda ir ya realizando su propia



investigación) las definiciones básicas y formas de aproximación empírica principales a las prácticas del consumo, poniendo los estilos de vida como foco central. En la parte final de este primer bloque, se establecen las fases históricas por las que ha atravesado el consumo. En el segundo bloque, se abordan las principales teorías que dan cuenta del concepto de estilo de vida. El tercer bloque tiene por finalidad introducir a los alumnos en los debates que atraviesan actualmente las aproximaciones sociológicas al consumo.

De forma paralela y como trabajo práctico, se planteará la realización de una observación empírica por cada alumno, en la que se trata de generar un sistema de estilos de vida.

Requisitos:

Objetivos:

- Introducción de los conceptos fundamentales para el análisis de la sociedad de consumo y su desarrollo
- Dotar a los estudiantes de instrumentos conceptuales con los que poder abordar estudios en el ámbito de la sociología empírica de consumo
- Situar el significado actual del concepto estilo de vida y sus fuentes de producción, con especial hincapié en los medios de comunicación
- Introducir en las principales prácticas de observación empírica habitualmente utilizadas en la construcción y análisis de estilos de vida

Contenidos temáticos:

Programa

INTRODUCCIÓN A LOS ESTILOS DE VIDA Y SUS FUENTES

- La concepción de la práctica de consumo. Estilos de vida en la teoría sociológica (un concepto menor). El estilo de vida en la investigación social aplicada (un concepto mayor).
- Estilos de vida y modernidad (modernidad del consumo y consumo de la modernidad). Consumo y estilos de vida: relación abierta. La articulación entre condiciones de vida, modos de vida y estilos de vida.
- Fuentes para el estudio de los estilos de vida. Análisis secundario de fuentes estadísticas. Introducción a la lógica del análisis cluster. La observación cualitativa.
- La conformación de la sociedad de consumo y los estilos de vida. Las condiciones previas. Las estabilidades del fordismo. Las estabilidades del estado del bienestar. El desarrollo de la sociedad de consumo. El consumidor maduro, activo y reflexivo.



DESARROLLO DE LA CONSTRUCCIÓN TEÓRICA DEL CONCEPTO ESTILOS DE VIDA

- La teoría clásica: Veblen, Sombart y Simmel.
- La teoría a partir de la configuración de la sociedad de consumo: Galbraith, Baudrillard, Barthes.
- Teorías centradas en los estilos de vida (I): Bourdieu.
- Teorías centradas en los estilos de vida (II): Passeron y Grignon, de Certeau, Lahire, Hebdige.

LOS ACTUALES DEBATES SOBRE LOS ESTILOS DE VIDA Y LA CONFIGURACIÓN DE LA SOCIEDAD DE CONSUMO

- Globalización, riesgo, incertidumbre. La precariedad de las condiciones de vida. Consumo, estilos de vida y ciudadanía. Cosmopolitismo de los estilos de vida y estilos de vida cosmopolitas.
- Estilización, desestilización (mcdonalización) y re-estilización. El papel de la industria cultural. Del omnivorismo objetual al omnivorismo cultural.

Actividades (método) docentes:

Actividades desarrolladas principalmente por el profesor:

En las primeras 3 sesiones se presentan, tanto los conceptos principales como: cultura de consumo, práctica de consumo, estrategias de consumo, expectativas y fenómeno social total; como los anclajes históricos de las distintas formas de la sociedad de consumo. Las sesiones tienen por función situar los distintos momentos de la sociedad de consumo, que, a su vez, han generado distintos enfoques.

En las 2 sesiones siguientes, tras una mínima introducción a las principales prácticas de investigación social utilizadas en el campo del consumo, se presentan distintas investigaciones empíricas que han utilizado los estilos de vida como eje central.

Las sesiones del segundo bloque (4 sesiones) tienen por finalidad establecer los principales enfoques teóricos sobre los que reposa el concepto estilo de vida, con la finalidad de establecer un diálogo entre ellas. Aun cuando desarrollada por el profesor, se informará a los alumnos los principales materiales con los que se va a trabajar, con la finalidad de que lo tengan leído previamente.

En la tercera parte (1 sesión), se plantearán los principales procesos que atraviesan actualmente la práctica del consumo. Tiene un carácter abierto, presentándose como campo en discusión.

Actividades desarrolladas por los alumnos:

Los alumnos tendrán que construir un sistema de estilos de vida, lo que implica: a) configuración del mapa de estilos de vida de la sociedad española (diferentes tipos de estilo de vida); b) principales criterios tomados en la constitución del mapa de estilos de vida; c) descripción de cada uno de los estilos de vida definidos (prácticas de consumo, relación



con los trabajos, perfiles sociodemográficos); d) relación entre los distintos estilos de vida.

El resultado de esta investigación será presentado públicamente en clase por cada alumno, para lo que se habilitará un calendario de presentaciones, en las sesiones finales del curso.

Criterios y métodos de Evaluación:

- Trabajo de observación empírica: 70% del total de la evaluación.
- Presentación pública del trabajo: 10% del total de la evaluación.
- Asistencia a las sesiones: 10% del total de la evaluación
- Participación activa durante las sesiones: 10% del total de la evaluación.

Bibliografía:

Marcel Aglietta, M. (1988). *Regulación y crisis del capitalismo*. Madrid: Siglo XXI

Alfino, M., Caputo, J.S., Wynyard, R. (eds.) (1998). *McDonaldization Revisited. Critical Essays on Consumer Culture*. Westport: Praeger.

Alonso, L.E, y Conde, F. (1994). *Historia del consumo en España*. Madrid: Debate.

Appadurai, A. (1986). *The social life of things. Commodities in Cultural Perspective*. Cambridge: Cambridge University Press.

Barthes, R. (2009). *Mitologías*, Madrid: Siglo XXI.

Barthes, R. (2003). *El sistema de la moda*, Barcelona: Paidós.

Baudrillard, J. (1968). *Le système des objets*. Paris: Gallimard (hay edición en castellano en Siglo XXI)

Baudrillard, J. (2009). *La société de consommation*. Paris: Seuil (e.o. 1968; hay ediciones en castellano: Paidós)

Baudrillard, J. (2007). *Cultura y simulacro*. Barcelona: Kairos (e.o.1978).

Bauman, Z. (2000). Trabajo, consumismo y nuevos pobres. Barcelona: Gedisa.

Bauman, Z. (2007). *Vida de consumo*. Madrid: Fondo de Cultura Económica.

Benjamin, W. (1989). *Discursos ininterrumpidos I. Filosofía del arte y de la historia*. Buenos Aires: Aguilar.

Berman, M. (1988). *Todo lo sólido se desvanece en el aire. La experiencia de la modernidad*. Madrid: Siglo XXI.

Bourdieu, P. (1998). *La distinción. Criterio y bases sociales del gusto*. Madrid: Taurus (e.o.1979).

Chaney, D. (1990). "Subtopia in Gateshead: the MetroCenter as a cultural form". *Theory, Culture & Society*, 7 (49), pp.49-68.



- Cross, G. (1993). *Time and Money. The Making of Consumer Culture*. Londres: Routledge.
- Curran, J., Morley, D., y Walkerdine, V. (comps.) (1998). *Estudios culturales y comunicación*. Barcelona: Paidós.
- De Certeau, M. (1990). *L'invention du quotidien. 1. Arts de faire*. París: Gallimard (e.o. 1980).
- Douglas, M., y Isherwood, B. (1986). *The world of goods. Towards an anthropology of consumption*. Nueva York: Routledge.
- Elias, N. (1988). *El proceso de la civilización. Investigaciones sociogenéticas y psicogenéticas*. México: Fondo de Cultura Económica (e.o. 1939).
- Featherstone, M. (1991). *Consumer Culture & Postmodernism*. Londres: Sage.
- Galbraith, J.K. (1984). *La sociedad opulenta*. Barcelona: Planeta (e.o. 1958).
- Globot, E. (2003). *La barrera y el nivel. Estudio sociológico de la burguesía moderna francesa*. Madrid: Centro de Investigaciones Sociológicas (e.o. 1927).
- Grignon, C., y Passeron, J.-C. (1992). *Lo culto y lo popular*. Madrid: La Piqueta.
- Hebdige, D. (2004). *Subcultura. El significado del estilo*. Barcelona: Paidós (e.o. 1979).
- Klein, N. (2002). *No logo*. Barcelona: Paidós.
- Lahire, B. (2002). *La culture des individus. Dissonances culturelles et distinction de soi*. París: La Decouverte.
- Lury, C. (1997). *Consumer Culture*. Cambridge: Polity Press.
- Martel, F. (2011). *Cultura mainstream*. Madrid: Taurus.
- Mauss, M. (1985). *Sociologie et anthropologie*. París: P.U.F. (e.o. 1950).
- Millar, Daniel (2010) *Stuff*, Cambridge, Polity.
- Millar, Daniel (2012) *Consumption and its Consequences*, Cambridge, Polity
- Ritzer, G. (2004). *The Mcdonnalization of society*. Thousand Oaks: Pine Forge Press (e.o. 1993, edición en castellano en Ariel (1999)).
- Ritzer, G. (2007). *The Globalization of Nothing 2*. Thousand Oaks: Pine Forge Press.
- Sennet, R. (2000). *La corrosión del carácter*. Barcelona: Anagrama.
- Sennet, R. (2006). *La cultura del nuevo capitalismo*. Barcelona: Anagrama.
- Shusterman, R. (1988). "Postmodernist Aestheticism: A New Moral Philosophy?". *Theory, Culture & Society*, 5(2-3).
- Shields, R. (1992). "Spaces for the subject of consumption". En R. Shields (ed.): *Lifestyle Shopping. The Subject of Consumption*. Londres: Routledge.
- Simmel, G. (2013). *Filosofía del dinero*. Madrid: Capitán Swing (e.o. 1900).
- Sombart, W. (1993). *Lujo y capitalismo*. Madrid: Alianza (e.o.1902).



Máster

en Análisis Sociocultural del Conocimiento y la Comunicación

Departamentos de Sociología V y Periodismo III
Facultades de Ciencias Políticas y Sociología y
Ciencias de la Información
Universidad Complutense de Madrid

Tomlinson, A. (1990). "Introduction: consumer culture and the aura of the commodity". En A. Tomlinson (ed.): *Consumption, Identity and Style. Marketing, meanings, and the packaging of pleasure*. Londres: Routledge.

Urry, J. (2002). *The Tourist Gaze*. Londres: Sage.

Veblen, T. (1974). *Teoría de la clase ociosa*. México: Fondo de Cultura Económica (e.o. 1899).

Wynne, D. (1998). *Leisure, Lifestyle, and the New Middle Class: a case study*. Londres: Routledge.

Idioma en el que se imparte:

Castellano

Otra información relevante: