



### FICHA DOCENTE

Curso 2013-2014

#### Datos generales

*Título de la asignatura:*

*Carácter:*

*Módulo:*

*Materia:*

*Créditos/ECTS:* 4,5

*Duración:*

*Horas presenciales semanales:* 2.30

*Docente/s:*

#### Programa

*Breve descriptor:*

Teniendo como columna vertebral los estilos de vida, se establecen primeramente 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. Por último, el tercer bloque está centrado en la relación entre consumo y sistema de comunicación mediada

De forma paralela y como trabajo práctico, se planteará la realización de una observación empírica por cada alumno, en la que se trata de explicar el desarrollo de un bien o servicio a partir del 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:*

Conceptos fundamentales para el análisis de la práctica del consumo

La formación de la sociedad de consumo



La actualidad de la sociedad de consumo

La configuración del concepto de estilo de vida: Veblen

El estilo de vida en la génesis del capitalismo: Sombart

Los estilos de vida como sistema: Baudrillard

El estilo de vida y la reproducción social: Bourdieu

El estilo de vida y la identidad: estudios culturales

El sistema de comunicación mediada como producción de consumidores

La producción mediática de estilos de vida

La producción de los estilos de vida por la observación empírica

### *Actividades (método) docentes:*

Actividades desarrolladas principalmente por el profesor:

En la primera parte (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 la segunda parte (2 sesiones), 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 de la tercera parte (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 cuarta parte (1 sesión), el objetivo es proyectar lo trabajado anteriormente en el análisis de materiales aparecidos en los medios de comunicación, tanto aportados por los alumnos, como por el profesor. La sesión tendrá una dinámica colectiva, al hilo de la presentación de los materiales, previamente ordenada.

Actividades desarrolladas por los alumnos:

Los alumnos tendrán que seleccionar un campo del consumo, un bien o servicio, observando cómo se concreta en el mismo el sistema de estilos de vida, tanto en su pasado reciente, como en la actualidad. Para ello, llevarán a cabo una investigación empírica, siguiendo un



proyecto que presentarán previamente al profesor, con concreción del objeto de investigación seleccionado y el diseño metodológico para abordarlo.

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 de un campo del consumo en función de los estilos de vida: 80% 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:*

En orden, según su aparición en el desarrollo del curso:

- Marcel Mauss, *Sociología y Antropología* (mejor en la versión original: Marcel Mauss, *Sociologie et anthropologie*, París: Quadrige/PUF, 1985 (e.o.1950))
- T. Veblen, *Teoría de la clase ociosa*, Fondo de Cultura Económica, varias ediciones (e.o.1900).
- Los dos primeros capítulos del libro editado por A. Appadurai, *The social life of things. Commodities in Cultural Perspective*, Cambridge: Cambridge University Press, 1986 (capítulos escritos por A. Appadurai, "Introducción: commodities and the politics of value", y por Igor Kopytoff, "The cultural biography of things: commoditization as process").
- M. Douglas y B. Isherwood, *The world of goods. Towards an anthropology of consumption*, Nueva York: Routledge, 1996.
- M. de Certeau, *L'invention du quotidien. 1 Arts de faire*, París : Gallimard, 1990.
- M. de Certeau, Giard, L., y Mayol, P.: *L'invention du quotidien. 2 Habiter, cuisiner*, París : Gallimard, 1994.
- C. Lury (1997): *Consumer Culture*, Cambridge: Polity Press, 1997.
- M. Aglietta, *Regulación y crisis del capitalismo*. Madrid: Siglo XXI, 1988.
- M. Alfino, Caputo, J.S., y Wynyard, R. (eds.), *McDonalizacion Revisited. Cultural Essays on Consumer Culture*, Westport: Praeger, 1998.
- R. Sennet, *La corrosión del carácter*, Barcelona: Anagrama, 2000.
- R. Sennet, *La cultura del nuevo capitalismo*, Barcelona: Anagrama, 2006.
- G. Ritzer, *La McDonalización de la sociedad. Un análisis de la racionalización en la vida cotidiana*. Barcelona, Editorial Ariel, 1999 (e.o. 1993).
- R. Barthes, *Mitologías*, Madrid: Siglo XXI, 2009.



# 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

- R. Barthes, *El sistema de la moda*, Barcelona: Paidós, 2003.
- J. Baudrillard, *La sociedad de consumo*, Barcelona: Plaza y Janés, 1974.
- K. Galbraith, *La sociedad opulenta*. Barcelona: Planeta-Agostini, 1984.
- Z. Bauman, *Vida de consumo*, Buenos Aires: Fondo de Cultura Económica, 2007.
- N. Klein, *No logo*, Barcelona: Paidós, 2002.
- G. Lipovetsky, *Le bonheur paradoxal*, París: Gallimard-Folio, 2006.
- Z. Bauman, *Trabajo, consumismo y nuevos pobres*, Barcelona: Gedisa, 2000.
- M. Featherstone, *Consumer Culture & Postmodernism*, Londres: Sage, 1991.
- S. Lash y J. Urry, *Economies of Signs & Space*, Londres: Sage, 1996.
- W. Sombart, *Lujo y capitalismo*, Madrid: Alianza, varias ediciones.
- J. Baudrillard, *El sistema de los objetos*, Madrid: Siglo XXI, 1999 (e.o. 1968).
- J. Baudrillard, *La sociedad de consumo*, Madrid: Siglo XXI, 2009 (e.o. 1970).
- P. Bourdieu, *La distinción*, Madrid: Taurus, 1988.
- Dick Hebdige, El objeto imposible: hacia una sociología de lo sublime, en J. Curran, D. Morley y V. Walkerdine (comps.), *Estudios culturales y comunicación. Análisis, producción y consumo cultural de las políticas de la identidad y el posmodernismo*, Barcelona: Paidós, 1990, pp. 109-152.
- Dallas W. Smythe, "Las comunicaciones: "agujero negro" del capitalismo occidental", en G. Richeri (ed.), *La televisión: entre servicio público y negocio*, Barcelona, Gustavo Gili, 1983, pp.71-103.
- A. Briggs y P. Burke, *De Gutenberg a Internet*, Madrid: Taurus, 2002 (capítulos: Introducción y Convergencia)
- I. Ramonet, *La golosina visual*, Madrid: Temas de debate, 2000.

Idioma en el que se imparte:

Castellano

Otra información relevante: