

Grup 10. Matí. Professor: Francesc Josep MIGUEL QUESADA <miguel.quesada@uab.cat>
Despatx 216. Tutories, dilluns i dimecres de 12:00 a 13:00h. i hores a convenir (Tf: 937287768)

Des dels inicis del capitalisme industrial la producció i el consum han estat dos àmbits de la realitat separats. Fins i tot els estudiosos d'aquests camps estaven orientats en 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, fins i tot, "personalitzat". Així el món de la producció (els bens 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, la qual cosa dona peu a una estratègia o forma d'acostament integrat com el que es proposa des de la Sociologia del Consum.

Bibliografia bàsica

- ALONSO BENITO, Luís Enrique (2005) La era del consumo, Madrid: Siglo XXI, 2005.
ALONSO, L. E. & CONDE, F. (1994) Historia del consumo en España: Una aproximación a sus orígenes y primer desarrollo, Madrid: Debate, 1994.
BERRÀS CATALÀ, Vicent (1998) El consumo, un análisis sociológico. Barcelona: CEDECS, 1998.
BERRÀS CATALÀ, Vicent (2004) "Individuo, consumo y sociedad", en Gil, A. & Feliu, J. (coord.) Psicología económica y del comportamiento del consumidor, Barcelona: UOC, 2004.
BOCKOC, Robert (1993) El Consumo, Madrid: Talasa DL, 1995.

Objectius

1. Coneixement de les característiques de la nostra societat de consum (Espanya i Catalunya).
2. Comprensió del lligam entre producció i consum.
3. Entendre els principals conceptes teòrics explicatius de les pràctiques de consum.
4. Caracterització del nous models de consum emergents.

Continguts

BLOC I. Gènesi, constitució i estructures de la societat de consum: el cas espanyol i català.

Tema 1. Aspectes històrics, econòmics i socials de la societat de consum espanyola.

Tema 2. Aproximació al desenvolupament històric:

- 2.1 El primer terç de segle. El model de consum elitista .
- 2.2. La postguerra civil: autarquia i autoconsum.
- 2.3. Anys 50 : la transició a la societat de consum.
- 2.4. Els anys seixanta. El naixement de la societat de consum de masses.
- 2.5. Els setanta. La gran paradoxa crisi i consolidació del model de consum de masses.

Tema 3. El cas particular de la societat catalana.

BLOC II. El consumidor en la teoria econòmica. Conceptes bàsics de l'anàlisi econòmica.

Tema 4. La teoria neoclàssica de la demanda. El seu context històric i social.

Tema 5. Limitacions de la teoria econòmica del consum.

BLOC III. Simbologia i consum. L'estructuralisme.

Tema 6. El consum com a consum de signes.

Tema 7. Els bens com a suport cultural.

Tema 8. Els bens com a suport de la identitat individual i col·lectiva.

Tema 9. Crítiques i mancances de la perspectiva estructuralista.

BLOC IV. Producció i consum. Processos de treball i pràctiques de consum.

Tema 10. La pauta del fordisme.

- 10.1. Procés de treball fordista i societat de consum de masses.

- 10.2. La producció en massa flexible i la societat digital.

Tema 11. Necessitat, producció i consum.

BLOC V. Desig, identitat i consum. Els teòrics de la 'posmodernitat'.

Tema 12. El consum com a eix fonamental.

Tema 13. Sobreproducció d'imatges i canvi constant.
Tema 14. Els nous valors.
Tema 15. Les noves formes d'identitat. La invalidesa del concepte de classe social.

BLOC VI. El consum i les classes socials.

Tema 16. Introducció. Noves formes d'estructuració social.
Tema 17. La utilització de les classes per a l'estudi del consum.
Tema 18. Al voltant de les classes mitjanes.
Tema 19. Al voltant de les classes treballadores.

BLOC VII. Consum i Gènere.

Tema 20. Sobre el concepte de gènere.
Tema 21. El treball de la producció i el treball de la reproducció: consum i treball.
Tema 22. Les desigualtats de gènere a través del consum.

BLOC VIII. Edat i consum.

Tema 23. Edat o cicle de vida.
Tema 24. Els joves i el consum.
Tema 25. La tercera edat i el consum.

BLOC IX. Cap a un nou model de consum. Segmentació i polarització social.

Tema 26. L'evolució del consum. Del consumisme a la incertesa.
Tema 27. Característiques del nou model de consum.
Tema 28. Polarització i dualització social. Desigualtats en el consum.

Críteris d'avaluació

L'avaluació es continuada, i consisteix en dues parts separades de la nota, que suposaran per separat el 50% de l'avaluació final del curs. Caldrà, en tot cas, demostrar un grau de suficiència mínima (4/10) a cada part per comptabilitzar per a l'avaluació final.

1. Realització de les prova objectives de control de coneixements escrites, sobre les temàtiques tractades durant les classes. La data de realització d'aquestes proves està marcada (negreta) al calendari d'activitats de l'assignatura.
2. Realització i lliurament, dins dels terminis establerts, d'uns exercicis pràctics en grups de 3-4 persones al llarg el curs. Aquests treballs han de servir com a evidències del coneixement de les lectures recomanades, així com de l'aprofitament de les sessions pràctiques a classe.

Pràctiques

Es realitzaran sessions de pràctiques al voltant de temes seleccionats del programa, que consistiran en l'anàlisi de publicitats i comentaris de materials audiovisuals. Els exercicis pràctics avaluablestaran relacionats amb aquestes sessions pràctiques.

CONSULTEU AL CAMPUS VIRTUAL PER A MÉS INFORMACIÓ DE L'ASSIGNATURA