

Titulació	Tipus	Curs	Semestre
2500262 Sociologia	OT	4	0

Professor de contacte

Nom: Vicent Borrás Català

Correu electrònic: Vicent.Borras@uab.cat

Utilització d'idiomes a l'assignatura

Llengua vehicular majoritària: català (cat)

Grup íntegre en anglès: No

Grup íntegre en català: Sí

Grup íntegre en espanyol: No

Prerequisits

No hi ha cap

Objectius

1. Coneixement i visualització de les característiques de la nostra societat de consum.
2. Comprendre les aportacions teòriques del comportament del consumidor
3. Analitzar les relacions entre classe, gènere y cicle de vida y el consum
4. Comprendre els límits del model actual de consum: Sostenibilitat
5. Contextualitzar, les perspectives teòriques alternatives.

Competències

- Analitzar problemes derivats de l'aplicació de polítiques públiques i de situacions de conflicte reconeixent la complexitat dels fenòmens socials i de les decisions polítiques que afecten la democràcia, els drets humans, la justícia social i el desenvolupament sostenible.
- Aplicar els conceptes i els enfocaments de la teoria sociològica, especialment les explicacions de les desigualtats socials entre classes, entre gèneres i entre grups ètnics, a la posada en pràctica de les polítiques públiques i a la resolució de les situacions de conflicte.
- Avaluar la qualitat del propi treball.
- Buscar fonts documentals a partir de conceptes.
- Demostrar que es comprenen els enfocaments de la teoria sociològica, així com els diversos vessants, interpretacions i el context històric.
- Descriure els fenòmens socials de manera teòricament rellevant i tenint en compte la complexitat dels factors implicats, de les seves causes i dels seus efectes.
- Desenvolupar un pensament i un raonament crítics i saber comunicar-los de manera efectiva, tant en les llengües pròpies com en una tercera llengua.
- Generar propostes innovadores i competitives en la recerca i en l'activitat professional.
- Gestionar el propi temps: planificar l'estudi propi, gestionar la relació amb un tutor o tutora o un assessor o assessora, i establir i complir els terminis adequats per a un projecte de treball.

Resultats d'aprenentatge

1. Avaluar la qualitat del propi treball.
2. Buscar fonts documentals a partir de conceptes.
3. Comparar els enfocaments teòrics sobre la interacció entre la societat i el medi ambient.
4. Definir els conceptes sociològics que interpreten la interacció entre la societat i el medi ambient.
5. Definir la interacció societat-medi ambient des d'aquests enfocaments.
6. Desenvolupar un pensament i un raonament crítics i saber comunicar-los de manera efectiva, tant en les llengües pròpies com en una tercera llengua.
7. Discriminar la visió de la societat que aquests actors donen per descomptada.
8. Distingir els conceptes que adopten els actors implicats en aquestes polítiques i conflictes (productivistes, ambientalistes, sostenibilistes, etc.).
9. Expressar els supòsits epistemològics des dels quals s'ha llegit aquesta interacció.
10. Generar propostes innovadores i competitives en la recerca i en l'activitat professional.
11. Gestionar el propi temps: planificar l'estudi propi, gestionar la relació amb un tutor o tutora o un assessor o assessora, i establir i complir els terminis adequats per a un projecte de treball.
12. Relacionar aquests conceptes i aquestes visions amb els debats teòrics i metodològics sobre la societat i el medi ambient.
13. Relacionar els enfocaments teòrics amb els debats sobre l'ordre, el canvi social i el capitalisme.
14. Utilitzar-ne l'anàlisi per retre compte de la realitat social i ambiental d'Espanya i de Catalunya.

Continguts

1. Gènesi, constitució i estructures de la societat de consum: el cas espanyol i català.
2. Les perspectives teòriques del consum.
 - 2.1 El consumidor en la teoria econòmica. Conceptes bàsics de l'anàlisi econòmica.
 - 2.2 Simbologia i consum. L'estructuralisme.
 - 2.3. Producció i consum. Processos de treball i pràctiques de consum.
 - 2.4 Desig, identitat i consum. Els teòrics de la 'posmodernitat'.
 - 2.5 Qüestionant del consum: Teories Alternatives
3. Eixos estructuradors del consum
 - 3.1 Consum i classe social
 - 3.2 Consum i gènere
 - 3.3 Consum i cicle de vida
4. Crisis del consum o consum de crisis

Metodologia

Les sessions combinaran a) les presentacions docent de caràcter teòric i b) seminaris de discussió de textos.

Activitats formatives

Títol	Hores	ECTS	Resultats d'aprenentatge
Tipus: Dirigides			
Classes magistrals i seminaris	42	1,68	
Tipus: Supervisades			
tutoria	3	0,12	
Tipus: Autònomes			
Lectura de textos, treball en equip, elaboració i presentació seminaris i	105	4,2	

Avaluació

L'alumnat haurà de lliurar les següents evidències:

1) Seminaris: Treball en equip (2 o 3 persones). A principi de curs es lliuraran les orientacions per a l'realització dels seminaris

El pes dels seminaris es del 40%

2) Treball individual. Assaig sobre les lectures obligatòries. A principi de curs es donaran les indicacions sobre les seves característiques

El pes de l'assaig es de 60% de la nota

3) Activitats de compensació (no es preveu)

4) Definició del No presentat: No presentar el treball individual o els col·lectius

Activitats d'avaluació

Títol	Pes	Hores	ECTS	Resultats d'aprenentatge
Assaig	60%	0	0	1, 2, 3, 4, 5, 6, 7, 8, 9, 10, 11, 12, 13, 14
Seminaris	40%	0	0	4, 5, 6, 7, 8, 9, 10, 11, 12, 13, 14

Bibliografia

- 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. (2009), *Prácticas económicas y economía de las prácticas. Crítica del posmodernismo liberal*, Madrid, Ed. Catarata
- ALONSO L.E (2005) *La era del consumo*. Madrid Siglo XXI.
- ALONSO L. E., CONDE F. (1994), *Historia del consumo en España: Una aproximación a sus orígenes y primer desarrollo*, Madrid, Debate.
- ALONSO L. E., CALLEJO J. (1994) " Consumo e individualismo metodológico: Una perspectiva crítica" a *Política y Sociedad*, 16 pp111-134.
- ALONSO L.E. PÉREZ L.(2003) 'Problemas actuales en el estudio de la jubilación y la edades del trabajo: la perspectiva sociológica' *Revista del ministerio de trabajo y asuntos sociales. nºExtra Seguridad social*.
- ANDRES ORIZO F. (1977), *Las bases sociales del consumo en España*, Madrid, Confed. Española de Cajas de Ahorro.
- 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.
- BORRÀS CATALÀ V. (1998) *El consumo, un análisis sociológico*. Barcelona, Cedecs.
- BORRAS V. (2007), "Las desigualdades en el consumo a través del género" *RES nº8* pp139-156.
- BAUMAN Z. (2007), *Vida de consumo*, Madrid, Fondo de Cultura. Económica
- BOURDIEU P. (1991), *La distinción. Criterio y bases sociales del gusto.*, Altea, Taurus Humanidades.
- CASTILLO CASTILLO J. (1987), *Sociedad de consumo a la española*, Madrid, Eudema Actualidad
- CASTILLO CASTILLO J. (1988), 'La singular sociología de Thorstein Veblen: el caso de la condición femenina', *REIS*, 43, pp. 7-22.
- CORTINA A. (2002) *Por una ética del consumo*. Madrid, Taurus.
- FEATHERSTONE M. (1992), *Consumer Culture and Postmodernism*, London, Sage.
- FREIXENET M.(coord) (2011) *Sostenibilitat, Polítiques públiques des de el feminisme i l'ecologisme*. Barcelona, ICPS.
- GALBRAITH J. K. (1992), *La Sociedad Opulenta*, Barcelona, Ariel.
- GRANDE I. (2002) *El consumo de la tercera edad*. Madrid. Esic.
- GRIGNON C. PASERON J.P.(1992) *Lo culto y lo popular. Miserabilismo y populismo en sociología y en literatura*, Madrid, La piqueta.

DURAN M^a A. (1988), De puertas adentro. Madrid, Instituto de la Mujer.

KLEIN N (2001) No Logo, el poder de las marcas. Barcelona, Paidós.

KÖHN, J.; GOWDY, J.; HINTERBERGER, F.; STRAATEN, J. van der (1999) Sustainability in Question. The Search for a Conceptual Framework. Cheltenham: Edward Elgar.

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.

MINISTERIO DE SANIDAD Y CONSUMO (2000). La tercera edad y el consumo. Madrid. INC.

PRADES, A.; HORLICK-JONES, T.; BARNETT, J.; CONSTANTIN, M.; ENANDER, A.; ESPLUGA, J.; KONRAD, W.; POUMADÈRE, M.; ROSENHEAD, J. (2013) "Shining a light on sustainability: making visible, and promoting policy reflection upon, knowledge about citizen's everyday environment-related behaviours". A: A. Martinuzzi and M. Sedlacko (eds.) Knowledge Brokerage for a Sustainable Europe. Innovative tools for enhancing the connectivity of research and policy making on sustainable development issues. (Springer book series Interdisciplinary Studies in Economics and Management).

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.

PAHL J. (1990), 'Housedold speeding, personal speeding and the control of money in marriage', Sociology, 24, 1, pp. 119-138

REQUENA M. 'Juventud y dependencia familiar en España'. Estudios de juventud. nº58/2.

TAYLOR-GOOBY P. (1985), 'Personal Consumption and Gender', Sociology, 19, 2, pp. 273-284.

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.