

Consum i Sostenibilitat

Codi: 103688

Crèdits: 6

Titulació	Tipus	Curs	Semestre
2500262 Sociologia	OT	4	0

Professor/a 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 societat de consum a Espanya i Catalunya.
2. Comprendre les aportacions teòriques del comportament del consumidor
3. Analitzar les relacions entre classe, gènere y cycle 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

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) Treball individual. A principi de curs es lliuraran les orientacions per a la realització del projecte a partir de temàtiques actuals. La darrera setmana del curs es farà una presentació oral del mateix.
- 2) Treball anàlisi de publicitat: Es realitza l'anàlisi d'una publicitat actual a partir de les lectures i els exemples explicat a classe..
- 3)Assaig: A partir de l'estudi de les diferents perspectives teòriques, a través de lectures de llibres i articles, es realitzarà un assaig en el que es plantejaran els diferents debats existents. Previ a aquesta entrega es farà un seminari a classe amb la participació obligatòria de tot l'alumnat

Totes aquestes proves, rebran una primera correcció del professor, que l'avaluarà i aquelles que no superen el mínim d'un 5, tindran que ser repetides.

El lliurament dels resultats de les proves es farà a classe, de manera grupal i s'atendran aclariments individuals. Aquells alumnes que ho demanen, seran atesos de manera individual en el despatx, per tal de donar les explicacions pertinents a la correcció de les proves i orientar en la propera entrega de recuperació.

Els alumnes rebran totes les proves que han entregat amb el resultat i els suggeriments del professor.

- 4) Definició del No presentat: No presentar el conjunt de treballs individuals

El plagi en qualsevol prova d'avaluació comportarà la suspensió immediata de l'assignatura

D'acord amb l'article 117.2 de la Normativa acadèmica de la UAB, l'avaluació de l'alumnat repetidor podrà consistir en una sola prova de síntesi. L'alumnat repetidor que es vulgui acollir a aquesta possibilitat, caldrà que es posi en contacte amb el professorat a principi de curs.

Activitats d'avaluació

Títol	Pes	Hores	ECTS	Resultats d'aprenentatge
Assaig	40%	0	0	1, 2, 3, 4, 5, 6, 7, 8, 9, 10, 11, 12, 13, 14
Projecte de recerca	40%	0	0	1, 2, 3, 4, 5, 6, 7, 8, 9, 10, 11, 12, 13, 14
Treball anàlisi publicitat	20%	0	0	1, 2, 3, 4, 6, 7, 8, 11, 14

Bibliografia

ALONSO L.E. (2017) "Consumo colaborativo: Las razones de un debate" *Revista Española de Sociología* RES nº26 pp 87-95

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.; FERNANDEZ C.; (2013) "Consumo y sociedad líquida en la obra de Zygmunt Bauman: una recapitulación crítica" en Alonso L.E.; Fernández C. Los discursos del presente. Un análisis de los imaginarios sociales contemporáneos. Madrid, Siglo XXI.
- 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.
- CRUZ j. (2014) "El buen tono y la cultura del consumo" en Cruz J. *El surgimiento de la cultura burguesa*, Madrid, Siglo XXI.
- FEATHERSTONE M. (1992), *Consumer Culture and Postmodernism*, London, Sage.
- FERNANDEZ C. J.; HEIKKILÄ R. (2011) "El debate sobre el Omnivorismo Cultural. Un aproximación a nuevas tendencias en sociología del consumo" *Revista Internacional de Sociología* Vol 69 nº 3 pp 585-605**
- FREIXENET M.(coord) (2011) *Sostenibilitas, 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.
- IBAÑEZ j. (2012) " Publicidad la tercera palabra de dios" en Ibañez J. Por una sociología de la vida cotidiana" Madrid, Siglo XXI
- 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.
- LATOCHE S. (2006) *La apuesta por el decrecimiento*. Barcelona, Icaria.**
- 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. (1985), *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.
- SCHWART R. (2011) "La 'revolución industrial' en el hogar: tecnología doméstica y cambio social en el sxx" en Carrasco C.; Borderías T.; Torns T.; *El trabajo de cuidados. Historia, teoría y políticas*, Madrid Ed Catarata.**
- 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.