

Estructura Social y Sociología del Consumo

Código: 103131

Créditos ECTS: 6

2025/2026

Titulación	Tipo	Curso
Publicidad y Relaciones Públicas	FB	2

Contacto

Nombre: Sonia Parella Rubio

Correo electrónico: sonia.parella@uab.cat

Idiomas de los grupos

Puede consultar esta información al [final](#) del documento.

Prerrequisitos

Asignatura introductoria de primero. No hay prerrequisitos.

Objetivos y contextualización

El consumo es una práctica cultural y económica fundamental. El estudiante de Publicidad y Relaciones Públicas no puede limitarse a entenderlo como el resultado de necesidades, deseos y decisiones individuales, ni tampoco como consecuencia exclusiva de la intervención de poderosas instancias de la oferta en la demanda. En este módulo proponemos estudiar el consumo haciéndolo del uso de los bienes en el contexto de la sociedad como sistema de interacción social y como un aspecto de la estructura social.

El objetivo de esta asignatura es introducir una serie de conceptos y teorías sociológicas para facilitar una aproximación a la dimensión social del consumo, y para iniciar a algunas maneras de aproximarse empíricamente a la realidad del consumo contemporáneo, a fin de ayudar a ver que estas teorías lo son de las prácticas de consumo.

Resultados de aprendizaje

1. CM06 (Competencia) Relacionar la influencia de la sociedad de consumo en la configuración de la estructura social y los estilos de vida.
2. KM07 (Conocimiento) Identificar las teorías sociológicas que explican los hábitos de consumo en la sociedad occidental.
3. SM07 (Habilidad) Demostrar desde la perspectiva sociológica que las necesidades, hábitos y deseos de consumo se construyen socialmente.

Contenido

Tema 1. El lugar desde el que nos miraremos el consumo: la perspectiva sociológica.

Tema 2. Especificidad social e histórica del consumo.

Tema 3. Visión general de algunas de las aportaciones sociológicas fundamentales para el estudio del

consumo.

Tema 4. El consumo de mercancías.

Tema 5. El consumo de signos y símbolos.

Tema 6. El consumo y la búsqueda de identidad.

Tema 7. Consumo y posición social.

El calendario detallado con el contenido de las diferentes sesiones se expondrá el día de presentación de la asignatura. Se colgará también en el Campus Virtual donde el alumnado podrá encontrar la descripción detallada de los ejercicios y prácticas, los diversos materiales docentes y cualquier información necesaria para el adecuado seguimiento de la asignatura.

Actividades formativas y Metodología

Título	Horas	ECTS	Resultados de aprendizaje
Tipo: Dirigidas			
Clases, seminarios, orientación de los trabajos y exposiciones.	51,5	2,06	
Tipo: Supervisadas			
Reuniones individuales o en grupos reducidos para resolver dudas y hacer la preparación y el seguimiento de los trabajos y de las exposiciones	6,75	0,27	
Tipo: Autónomas			
Lectura y estudio. Pequeñas investigaciones. Elaboración de trabajos.	80,5	3,22	

a. Clases magistrales

b. Lectura de textos y trabajo con material audiovisual

c. Trabajos individuales y en equipo

d. Examen final

Se promoverá a lo largo de las sesiones un clima que evite comentarios o ejemplo sexistas, racistas y LGTBIfóbicos

Nota: se reservarán 15 minutos de una clase dentro del calendario establecido por el centro o por la titulación para que el alumnado rellene las encuestas de evaluación de la actuación del profesorado y de evaluación de la asignatura o módulo.

Evaluación

Actividades de evaluación continuada

Título	Peso	Horas	ECTS	Resultados de aprendizaje

Prueba escrita razonada	50%	3,75	0,15	CM06, KM07, SM07
Trabajo en grupo	40%	3,75	0,15	CM06, KM07, SM07
Trabajo individual	10%	3,75	0,15	CM06, KM07, SM07

Evaluación ordinaria (continua)

La asignatura se evaluará de la siguiente manera:

- a) Trabajo en grupo (máximo 4-5 estudiantes)
- b) Un trabajo individual
- c) Examen final

La profesora facilitará durante el curso las instrucciones relativas a las prácticas, evaluaciones y presentación de evidencias.

Otras cuestiones a considerar:

- Recuperación: derecho a recuperar todas las evidencias de la evaluación (a, b i c) si previamente se ha evaluado de 2/3 de la asignatura.
- Irregularidades: copia, plagio o suplantación = 0 en la actividad. Más de una irregularidad = nota final 0.
- Consulta para evitar el plagio: <https://www.uab.cat/doc/GuiaCitesiPlagiEstudiant>
- En el acta de evaluación solo tendrán la cualificación de "no presentado" las personas que no hayan realizado las actividades de evaluación correspondientes al 50% de la nota

Evaluación única

Consultar las condiciones para la evaluación única: Evaluación única - Universidad Autónoma de Barcelona - UAB Barcelona

- 1) Reseña original de todas las lecturas obligatorias y optionales, realizadas en relación con la asignatura. Individual. Valor: 30% de la nota final. Las reseñas se entregarán el día del examen.
- 2) Trabajo de investigación con entrega de informe. Individual. Valor: 30% de la nota final. Se entregará el mismo día del examen.
- 3) Examen final. Nota mínima para ponderar: 5. Individual. Valor: 40% de la nota final.

La profesora facilitará durante el curso las instrucciones relativas a las prácticas, evaluaciones y presentación de evidencias.

Otras cuestiones:

Se aplican las mismas condiciones mencionadas anteriormente. Se podrán recuperar todas las actividades suspendidas

Uso de inteligencia artificial (IA) - Uso restringido:

"Para esta asignatura, se permite el uso de tecnologías de Inteligencia Artificial (IA) exclusivamente en el desarrollo de los ejercicios, y solo para tareas de apoyo como la búsqueda bibliográfica o de información, la corrección de textos o las traducciones. El estudiante deberá identificar claramente qué partes han sido generadas con esta tecnología, especificar las herramientas utilizadas e incluir una reflexión crítica sobre

cómo estas han influido en el proceso y el resultado final de la actividad. La falta de transparencia en el uso de la IA en esta actividad evaluable se considerará una falta de honestidad académica y podrá conllevar una penalización parcial o total en la calificación de la actividad, o sanciones mayores en casos graves."

Bibliografía

Bibliografía

- Aldridge, Alan E. (2003). Consumption. Polity Press.
- Appadurai, Arjun (1991). La vida social de las cosas. Grijalbo.
- Barthes, Roland Gérard (2003). El sistema de la moda y otros escritos. Paidós.
- Bataille, Georges Albert Maurice Victor, et al. (2009). La parte maldita. Las Cuarenta.
- Baudrillard, Jean (2005). Crítica de la economía política del signo. Siglo XXI.
- Baudrillard, Jean (1976). La génesis ideológica de las necesidades. Anagrama.
- Baudrillard, Jean (1974). La sociedad de consumo: Sus mitos, sus estructuras. Plaza & Janés.
- Baudrillard, Jean (1999). El sistema de los objetos. Siglo XXI.
- Baudrillard, Jean (1993). El intercambio simbólico y la muerte. Monte Ávila.
- Bauman, Zygmunt (2000). En De la ética del trabajo a la estética del consumo, en Z. Bauman (Ed.), Trabajo, consumismo y nuevos pobres. Gedisa.
- Bauman, Zygmunt (2007). Vida de consumo. Fondo de Cultura Económica.
<https://elibro.net/es/lc/uab/titulos/109484>
- Bell, Daniel (1982). Las contradicciones culturales del capitalismo. Alianza.
- Berger, Peter Ludwig (2016). Invitación a la sociología. Herder.
- Blum, Virginia L. (2005). Flesh wounds: The culture of cosmetic surgery. University of California Press.
- Blumer, Herbert (1959). Fashion: From class differentiation to collective selection. Sociological Quarterly, 10(3), 275-291.
- Bocock, Robert (1995). El consumo. Talasa.
- Bourdieu, Pierre (1986). Notas provisionales sobre la percepción social del cuerpo. En Francisco Álvarez Uría & José Varela Ortega (Eds.), Materiales de sociología crítica. La Piqueta.
- Bourdieu, Pierre (1998). La distinción: Criterios y bases sociales del gusto. Taurus.
- Bourdieu, Pierre (2000). La dominación masculina. Anagrama.
- Campbell, Colin (1995). The sociology of consumption. En Daniel Miller (Ed.), Acknowledging consumption. Routledge. <https://ebookcentral.proquest.com/lib/UAB/detail.action?docID=3060371>
- Campbell, Colin (1987). The romantic ethic and the spirit of modern consumerism. Basil Blackwell.
<https://link.springer.com/are.uab.cat/book/10.1007%2F978-3-319-79066-4>
- Cardús i Ros, Salvador (Ed.). (2014). La mirada del sociòleg: Què és, què fa, què diu la sociologia?. Editorial UOC. <https://elibro.net/es/lc/uab/titulos/114061>

- Chaney, David (1996). Estilos de vida. Talasa Ediciones.
- Contreras Hernández, Jesús (1995). Alimentación y cultura. Necesidades, gustos y costumbres. Universitat de Barcelona.
- Contreras Hernández, Jesús (1992). Antropología de la alimentación. Ediciones de la Universidad Complutense de Madrid.
- Corrigan, Peter (1997). The sociology of consumption: An introduction. Sage Publications.
- De Certeau, Michel Jean Emmanuel (1996). La invención de lo cotidiano. Universidad Iberoamericana.
- Douglas, Mary (1998). Estilos de pensar. Gedisa.
- Douglas, Mary, & Isherwood, Baron (1990). El mundo de los bienes: Hacia una antropología del consumo. Grijalbo.
- Dunn, Robert Glenn (2008). Identifying consumption: Subjects and objects in consumer society. Temple University Press. <https://ebookcentral.proquest.com/lib/UAB/detail.action?docID=407558>
- Edwards, Tim (2000). Contradictions of consumption: Concepts, practices and politics in consumer society. Open University Press.
- Erner, Gabriel (2010). Sociología de las tendencias. Editorial Gustavo Gili.
<https://elibro.net/es/ereader/uab/45583?page=1>
- Entwistle, Joanne (2002). El cuerpo y la moda. Paidós.
- Falk, Paul (1994). The consuming body. Sage.
<https://ebookcentral-proquest-com.are.uab.cat/lib/UAB/detail.action?docID=1024053#>
- Falk, Paul, & Campbell, Colin (1997). The shopping experience. Sage.
<https://ebookcentral.proquest.com/lib/UAB/detail.action?docID=1001336>
- Featherstone, Mike (2000). Cultura de consumo y posmodernismo. Amorrortu.
- Foucault, Michel (1978-1987). Historia de la sexualidad. Siglo XXI.
- Fraser, Michelle, & Greco, Monica (2004). The body: A reader. Routledge.
- Galbraith, John Kenneth (1992). La cultura de la satisfacción. Ariel.
- Galbraith, John Kenneth (1969). La sociedad opulenta. Ariel.
- Germov, John, & Williams, Lauren (Eds.) (2004). A sociology of food and nutrition: The social appetite. OUP Australia.
- Game, Ann, et al. (2015). Sociología apasionada. Universitat Oberta de Catalunya. Digitalia.
<https://www-digitaliapublishing-com.are.uab.cat/a/37969>
- Giddens, Anthony (1995). Modernidad e identidad del yo. Península.
- Grignon, Claude, & Passeron, Jean-Claude (1992). Lo culto y lo popular: Miserabilismo y populismo en sociología y literatura. La Piqueta.
- Harris, Marvin (1998). Bueno para comer. Enigmas de alimentación y cultura. Alianza Editorial.
- Hebdige, Dick (2004). Subcultura: El significado del estilo. Paidós Ibérica.
- Herpin, Nicolas, & Verger, Dominique (2008). Consommation et modes de vie en France, une approche économique et sociologique sur un demi-siècle. Découverte.

- Herpin, Nicolas (2010). *Sociologie de la consommation*. La Découverte.
- Hilton, Matthew (2004). The legacy of luxury. Moralities of consumption since the 18th century. *Journal of Consumer Culture*, 4(1), 101-123.
- Hine, Thomas (2002). ¡Me lo llevo! Una historia del shopping. Lumen.
- Hochschild, Arlie Russell (2008). La mercantilización de la vida íntima: Apuntes de la casa y el trabajo. Katz.
- Horkheimer, Max, & Adorno, Theodor W. (1994). Dialéctica de la Ilustración. Trotta.
- Horne, John (2006). Sport in consumer culture. Palgrave Macmillan.
- Instituto Nacional de Consumo (2001). Las tendencias del consumo y del consumidor en el siglo XXI. Ministerio de Sanidad y Consumo/Instituto Nacional de Consumo.
- Jameson, Fredric (1998). El posmodernismo y la sociedad de consumo. En *El giro cultural. Escritos seleccionados sobre el posmodernismo: 1983-1998*. Ediciones Manantial.
- Klein, Naomi (2001). *NoLogo: El poder de las marcas*. Paidós.
- Lee, Ming-Jen (2000). *The consumer society reader*. Blackwell Publishers Inc.
- Lipovetsky, Gilles (1994). El crepúsculo del deber. Anagrama.
- Lipovetsky, Gilles (1990). El imperio de lo efímero: La moda y su destino en las sociedades modernas. Anagrama.
- Lipovetsky, Gilles (1989). La era del vacío: Ensayos sobre el individualismo contemporáneo. Anagrama.
- Lury, Celia (2001). *Consumer culture*. Polity Press.
- Lury, Celia (2004). *Brands: The logos of the global economy*. Taylor & Francis Group.
<https://ebookcentral.proquest.com/lib/UAB/detail.action?docID=182219>
- McCracken, Grant David (1990). Culture and consumption: New approaches to the symbolic character of consumer goods and activities. Indiana University Press.
- Maffesoli, Michel (1990). *El tiempo de las tribus*. ICARIA.
- Marcuse, Herbert (1972). *L'home unidimensional*. Edicions 62.
- Marx, Karl (1991). *Manuscrits económico-filosòfics*. Edicions 62.
- Mauss, Marcel (1991). Ensayo sobre los dones. Motivo y forma del cambio en las sociedades primitivas. En *Sociología y Antropología*. Tecnos.
- Miguélez, Francesc, et al. (1997). *Desigualtat i canvi: L'estructura social contemporània*. Proa-UAB.
- Miller, Daniel (Ed.) (1995). *Acknowledging consumption*. Routledge.
<https://ebookcentral.proquest.com/lib/UAB/detail.action?docID=3060371>
- Miller, Daniel (1999). *Ir de compras*. Siglo XXI.
- Pinçon, M., & Pinçon-Charlot, Monique. (1989). *Dans les beaux quartiers*. Paris: Seuil.
- Polanyi, Karl. (1997). *La gran transformación*. Madrid: Ediciones la Piqueta.
- Poulain, Jean-Pierre. (2019). *Sociologías de la alimentación: los comensales y el espacio social alimentario*. Editorial UOC. <https://elibro.net/es/lc/uab/titulos/106129>
- Riesman, David, Glazer, Nathan, & Denney, Reuel. (1981). *La muchedumbre solitaria*. Barcelona: Paidós.

- Ritzer, George. (2000). *El encanto de un mundo desencantado. Revolución en los medios de consumo*. Barcelona: Ariel.
- Ritzer, George. (1999). *La McDonalización de la sociedad: Un análisis de la racionalización en la vida cotidiana*. Barcelona: Ariel.
- Ritzer, George. (2001). *Explorations in the sociology of consumption: Fast food, credit cards and casinos*. London; Thousand Oaks, CA: SAGE. <https://ebookcentral.proquest.com/lib/UAB/detail.action?docID=254783>
- Sassatelli, Roberta. (2012). *Consumo, cultura y sociedad*. Buenos Aires: Amorrortu Editores.
- Sassatelli, Roberta. (2019). *Italians and Food*. Cham: Palgrave Macmillan.
<https://link-springer-com.are.uab.cat/book/10.1007/978-3-030-15681-7#about>
- Schor, Juliet, Holt, Douglas, & Douglas, Barrie (Eds.). (2000). *The consumer society*. New York: The New Press.
- Simmel, Georg. (1986). Las grandes urbes y la vida del espíritu. En *El individuo y la libertad. Ensayos de crítica de la cultura* (pp. xx-xx). Barcelona: Península.
- Simmel, Georg. (1977). *Filosofía del dinero*. Madrid: Instituto de Estudios Políticos.
- Simmel, Georg. (1989). La moda. En *Sobre la aventura. Ensayos filosóficos* (pp. xx-xx). Barcelona: Península.
- Slater, Don. (1997). *Consumer culture and modernity*. Cambridge: Polity Press.
- Stillerman, Jonathan. (2015). *The sociology of consumption: A global approach*. Malden, MA: Polity Press.
- Thompson, E. P. (Eric John). (1995). *Costumbres en común*. Barcelona: Crítica.
- Turner, Bryan S. (1989). *El cuerpo y la sociedad. Exploraciones en teoría social*. México: Fondo de Cultura Económica.
- Warde, Alan. (2017). *Consumption: A sociological analysis*. London: Palgrave Macmillan.
<https://link-springer-com.are.uab.cat/book/10.1057/978-1-137-55682-0#toc>
- Veblen, Thorstein. (1974). *Teoría de la clase ociosa*. México: Fondo de Cultura Económica.
<https://elibro.net/es/lc/uab/titulos/72032>
- Weber, Max. (1984). *L'Ètica protestant i l'esperit del capitalisme*. Barcelona: Edicions 62.
- Wilson, Tony M. (2005). *Drinking cultures, alcohol and identity*. Berg.
- Zelizer, Viviana. (1994). *Pricing the priceless child: The changing social value of children*. Princeton University Press.

Software

No se requiere ningún programario específico.

Grupos e idiomas de la asignatura

La información proporcionada es provisional hasta el 30 de noviembre de 2025. A partir de esta fecha, podrá consultar el idioma de cada grupo a través de este [enlace](#). Para acceder a la información, será necesario introducir el CÓDIGO de la asignatura

Nombre	Grupo	Idioma	Semestre	Turno
(SEM) Seminarios	1	Catalán	primer cuatrimestre	tarde
(SEM) Seminarios	2	Catalán	primer cuatrimestre	tarde
(SEM) Seminarios	3	Catalán	primer cuatrimestre	tarde
(TE) Teoría	5	Catalán	primer cuatrimestre	tarde