



## FITXA IDENTIFICATIVA

### DADES DE L'ASSIGNATURA

**Codi:** 34429

**Nom:** Anàlisi sociològica del consum

**Cicle:** Grau

**Crèdits ECTS:** 6

**Curs acadèmic:** 2026-27

### TITULACIONS

Titulació	Centre	Curs	Període
1310 - Grau Sociologia	Facultat de Ciències Socials	4	Primer quadrimestre

### MATÈRIES

Titulació	Matèria	Caràcter
1310 - Grau Sociologia	Anàlisi sociològica del consum	OPTATIVA

### COORDINACIÓ

XAMBO OLMOS RAFAEL VICENT

## RESUM

Mitjançant l'anàlisi crítica del procés històric de constitució del consum de masses estudiarem les teories i els enfocaments empírics per a l'estudi i l'anàlisi del consum. Ens centrarem en el procés que s'inicia amb l'entrada de l'Estat espanyol en les pautes contemporànies de consum i observarem els aspectes estructurals i subjectius que permeten comprendre aquest fenomen.

## CONEIXEMENTS PREVIS

### RELACIÓ AMB ALTRES ASSIGNATURES DE LA MATEIXA TITULACIÓ

No s'ha especificat restriccions de matrícula amb altres assignatures del pla d'estudis.

### ALTRES TIPUS DE REQUISITS



És convenient el domini de les tècniques quantitatives i qualitatives d'investigació social per poder-les aplicar a l'anàlisi del consum. Així mateix, per a una bona comprensió dels debats teòrics en aquest camp és molt recomanable haver cursat amb èxit l'assignatura *Teoria social contemporània*.

## COMPETÈNCIES / RESULTATS D' APRENENTATGE

### 1310 - Grau Sociologia

Que els estudiants hagen demostrat posseir i comprendre coneixements en una àrea d'estudi que parteix de la base de l'educació secundària general, i se sol trobar a un nivell que, si bé descansa en llibres de text avançats, inclou també alguns aspectes que impliquen coneixements procedents de l'avantguarda del seu camp d'estudi.

Que els estudiants hagen desenvolupat aquelles habilitats d'aprenentatge necessàries per a emprendre estudis posteriors amb un alt grau d'autonomia.

Que els estudiants puguen transmetre informació, idees, problemes i solucions a un públic tant especialitzat com no especialitzat.

Que els estudiants sàpien aplicar els seus coneixements al seu treball o vocació d'una forma professional i posseïsquen les competències que solen demostrar-se per mitjà de l'elaboració i defensa d'arguments i la resolució de problemes dins de la seua àrea d'estudi.

Que els estudiants tinguen la capacitat d'arreglar i interpretar dades rellevants (normalment dins de la seua àrea d'estudi) per emetre judicis que incloguen una reflexió sobre temes rellevants d'índole social, científica o ètica.

## DESCRIPCIÓ DE CONTINGUTS

### 1. La societat de consum a Espanya.

Canvis en les pautes de consum durant les darreres dècades.

### 2. La societat de consum massiu.

El posfordisme: reconversió i fragmentació industrial. Declivi de les polítiques socials i vulnerabilització laboral.

Descripció i anàlisi dels nous consumibles i les noves formes de compra. El sexe del consum.

La publicitat autorreferent: el consumidor construït.



### 3. Dimensions i evolució del consum segons la teoria econòmica.

Interacció entre els factors polítics, econòmics i culturals en la conformació de les pautes de consum.

### 4. Dimensions subjectives del consum.

El fetixisme de les mercaderies. Desig i autorepressió envers el producte. Multituds i individus en l'era de les xarxes socials. Estils expressius: identitat i diferència. Els marges de la societat de consum: exclusió o rebel·lió. Consum moralitzat.

### 5. Consum i classes socials.

La competitivitat distintiva en les societats capitalistes de consum. Espai, posició i situació social. La lògica distintiva i el consum de signes.

Límits ecològics del consum: la sustentabilitat en l'economia-món.

### 6. De la matèria al flux info-cognitiu

Predicció algorítmica del desig. La tendència a l'oferta il·limitada. Hiperstició post-escassetat.

## VOLUM DE TREBALL (HORES)

### ACTIVITATS PRESENCIALS

Activitat	Hores
Teoria-Pràctiques	60,00
<b>Total hores</b>	<b>60,00</b>

### ACTIVITATS NO PRESENCIALS

Activitat	Hores
-----------	-------



Assistència a altres activitats	5,00
Elaboració de treballs individuals o en grup	25,00
Estudi i treball autònom	25,00
Preparació de classes	15,00
Preparació d'activitats d'avaluació	10,00
Resolució de casos pràctics	10,00
<b>Total hores</b>	<b>90,00</b>

## METODOLOGIA DOCENT

a) Sessions expositives per part de professor per a cadascun dels temes del programa. Aquestes sessions se centraran en l'explicació dels conceptes, dimensions, interdependències analítiques i dades empíriques claus que les/els estudiants han d'aprendre a treballar.

b) Lectura de textos breus, per a llegir i treballar a l'aula, que tenen per finalitat introduir un aspecte polèmic o problemàtic en relació a cadascun dels temes del programa.

c) Sessions de discussió i anàlisi grupal a partir de materials audiovisuals, com ara pel·lícules o documentals, que tenen com a objectiu suscitar nous interrogants sobre els continguts del programa de l'assignatura.

d) Realització d'un treball en equip o individual. Les directrius específiques per a la realització del treball s'especificaran a l'aula virtual i s'explicaran amb detall en classe. Aquest treball serà objecte d'orientació, seguiment i supervisió per part del professor.

e) Assistència i participació activa a les conferències que s'organitzen com activitats complementàries al llarg del quadrimestre.

/p>



## AVALUACIÓ

### Sistema d'avaluació de l'assignatura:

1.- Seguiment de les pràctiques realitzades durant el curs, tant individuals com en grup, incloent també l'assistència a xerrades i altres activitats. **40% de la nota final.**

2.- Examen escrit final. **60% de la nota final.**

Per aprovar l'assignatura serà un requisit indispensable obtenir **com a mínim un 5** a l'examen final.

## BIBLIOGRAFIA

Arribas Macho, J. M. (Coord.). (2013). *Sociología del consumo e investigación de mercados: Una guía didáctica*. UNED.

Alonso, L. E., & Conde, F. (1994). *Historia del consumo en España*. Debate.

Featherstone, M. (2000). *Cultura de consumo y postmodernismo*. Amorrortu.

Alonso, L. E. (2005). *La era del consumo*. Siglo XXI.

Baudrillard, J. (1969). *El sistema de los objetos*. Siglo XXI.

Baudrillard, J. (1974). *La sociedad de consumo*. Plaza & Janés.

Baudrillard, J. (1996). *El crimen perfecto*. Anagrama.

Baudrillard, J. (2000). *El intercambio imposible*. Cátedra.

Bauman, Z. (2000). *Trabajo, consumismo y nuevos pobres*. Gedisa.

Bauman, Z. (2002). *Modernidad líquida*. FCE.

Bauman, Z. (2005). *Amor líquido*. FCE.

Bauman, Z. (2007). *Vida de consumo*. FCE.

Benjamin, W. (1973). *La obra de arte en la época de su reproductibilidad técnica*. Taurus.

Boltanski, L., & Chiapello, E. (2002). *El nuevo espíritu del capitalismo*. Akal.

Borrás, V. (1998). *El consumo: Un análisis sociológico*. Cedecs.

Bourdieu, P. (1991). *La distinción: Criterios y bases sociales del gusto*. Taurus.

Bourdieu, P. (1997). *Razones prácticas*. Anagrama.



Debord, G. (1990). *Comentarios sobre la sociedad del espectáculo*. Anagrama.

Debord, G. (2006). *El planeta enfermo*. Anagrama.

Harvey, D. (2007). *Breve historia del neoliberalismo*. Akal.

Ibáñez, J. (1994). *Por una sociología de la vida cotidiana*. Siglo XXI.

Lipovetsky, G. (1990). *El imperio de lo efímero*. Anagrama.

Lipovetsky, G. (2007). *La felicidad paradójica*. Anagrama.

Lipovetsky, G., & Roux, E. (2004). *El lujo eterno*. Anagrama.

Macpherson, C. B. (2005). *La teoría política del individualismo posesivo*. Trotta.

Maffesoli, M. (1990). *El tiempo de las tribus*. Paidós.

Maffesoli, M. (2001). *El instante eterno*. Paidós.

Polanyi, K. (1989). *La gran transformación*. La Piqueta.

Ritzer, G. (1996). *La McDonalización de la sociedad*. Ariel.

Ritzer, G. (2000). *El encanto de un mundo desencantado: Revolución en los medios de consumo*. Ariel.

Schor, J. B. (2006). *Nacidos para comprar: Los nuevos consumidores infantiles*. Paidós.

Veblen, T. (1971). *Teoría de la clase ociosa*. FCE.

Watzlawick, P., Beavin, J. H., & Jackson, D. D. (1986). *Teoría de la comunicación humana*. Herder.

Weber, M. (1988). *La ética protestante y el espíritu del capitalismo*. Península.

Universidad Complutense de Madrid. (s. f.). *Textos del curso de la Universitat Complutense "Praxi de la Sociologia del consum i de la comunicació"*. Recuperado de <http://www.ucm.es/info/praxis1/textos.htm>

Ortí, A. (s. f.). *Esquemas didácticos*. Recuperado de <http://www.ucm.es/info/praxis1/document.htm>

Política y sociedad. (1994). *Política y sociedad*, (16), mayo; agosto.

Política y sociedad. (2002). *Política y sociedad*, 39(2).