



## DATOS IDENTIFICATIVOS

### Sociología del consumo e identidades culturales

Asignatura	Sociología del consumo e identidades culturales			
Código	O05G130V01904			
Titulación	Grado en Educación Social			
Descriptor	Creditos ECTS	Seleccione	Curso	Cuatrimestre
	6	OP	3	1c
Lengua Impartición	Gallego			
Departamento	Sociología, ciencia política y de la administración y filosofía			
Coordinador/a	Gómez Suárez, Águeda			
Profesorado	Gómez Suárez, Águeda			
Correo-e	agueda@uvigo.es			
Web	<a href="http://webs.uvigo.es/etnicsexualidad">http://webs.uvigo.es/etnicsexualidad</a>			
Descripción general	(*)Esta materia pretende acercar ao alumno a realidade da sociedade do onsumo actual e as identidades culturais presentes na cultura contemporánea, co fin de mostrar unha perspectiva que complementa a análise socioeducativa crítica da realidade social.			

## Competencias de titulación

Código	
A1	Integrar críticamente los supuestos teóricos, filosóficos, históricos, sociológicos, psicológicos, pedagógicos, culturales, políticos, legislativos que están en la base de los procesos de intervención socioeducativa
A4	Analizar y diagnosticar la realidad compleja que fundamenta el desarrollo de los procesos socioeducativos
A5	Conocer los fundamentos del diseño y uso de los medios, recursos y estrategias para la intervención socioeducativa e incorporarlos en los diferentes ámbitos de acción socioeducativa
A7	Manejar con criterio métodos y estrategias de investigación cuantitativas y cualitativas, y aplicarlas a las realidades socioeducativas
A11	Organizar y gestionar proyectos y servicios culturales, medioambientales, de ocio y tiempo libre
A16	Elaborar e interpretar informes técnicos, de investigación y evaluación sobre acciones, procesos y resultados socioeducativos
A17	Dominar las metodologías de dinamización social y cultural
B1	Capacidad de análisis y síntesis
B3	Comunicación oral y escrita en la/s lengua/s materna/s con apertura a otros códigos lingüísticos, en especial, las lenguas co-oficiales en la comunidad gallega
B8	Capacidad crítica y autocrítica
B10	Reconocimiento y respecto a la diversidad y multiculturalidad
B13	Autonomía en el aprendizaje
B14	Adaptación a situaciones nuevas
B15	Creatividad
B19	Compromiso con la identidad, desarrollo y ética profesional
B20	Orientación a la calidad

## Competencias de materia

Resultados previstos en la materia	Resultados de Formación y Aprendizaje
------------------------------------	---------------------------------------

1. Conocer los supuestos sociológicos que están en la base de los procesos de intervención educativa (1)	A1	B1
	A7	B3
2. Analizar y diagnosticar la realidad compleja que fundamenta el desarrollo de procesos socioeducativos (4)	A11	B8
3. Planificar y organizar proyectos y servicios culturales (11)		B10
		B13
4. Diseñar, desarrollar y evaluar programas y estrategias de intervención en el ámbito cultural (13)		B15
5. Tener capacidad para potenciar las relaciones interpersonales, desarrollar habilidades de comunicación interpersonal, solidaridad y empatía (18)		B19

(x) Número que se corresponde con la competencia específica de el Grado

2. Analizar y diagnosticar la realidad compleja que fundamenta el desarrollo de procesos socioeducativos (4)	A7	
	A11	
3. Planificar y organizar proyectos y servicios culturales (11)	A1	B1
	A4	B10
	A7	B13
	A11	B14
	A16	B15
		B20
4. Diseñar, desarrollar y evaluar programas y estrategias de intervención en el ámbito cultural (13)	A11	B1
		B13
		B15
5. Tener capacidad para potenciar las relaciones interpersonales, desarrollar habilidades de comunicación interpersonal, solidaridad y empatía (18)	A1	B1
	A4	B15
	A5	B19
	A7	B20
	A17	

## Contenidos

Tema	
BLOQUE *I: *INTRODUCCIÓN.	1.1.*Introducción al desarrollo histórico de la sociedad de consumo. 1.2.Sociedad industrial. 1.3.Estado de Bienestar. 1.4. Sociedades de consumo avanzado.
BLOQUE *II:CONCEPTOS:	2.1. Cultura, sociedad y globalización. 2.2. Clase social, ideología y consumo. 2.3.Necesidad y deseo. 2.4. Identidades colectivas y *etnicidad. 2.5. *Multiculturalidad, derechos humanos y ciudadanía.
BLOQUE *III:CONTEXTOS:	3.1. El proceso de *construcción del capitalismo español. 3.2.El consumo, un mecanismo simbólico de distinción 3.3.Estilos de vida y *estructura social.
BLOQUE *IV: *TIPOLOGÍAS:	4.1.Teoría de las ideologías. 4.2. Capital cultural. 4.3. Construcción de las identidades culturales: alta cultura, cultura de masas, cultura popular, folclore, cultura virtual. 4.4.Culturas híbridas. 4.5.Hábitos de consumo. Sociología aplicada

## Planificación

	Horas en clase	Horas fuera de clase	Horas totales
Trabajos de aula	2	15	17
Debates	17	40	57
Presentaciones/exposiciones	3	4	7
Sesión magistral	22	44	66
Trabajos y proyectos	3	0	3

\*Los datos que aparecen en la tabla de planificación son de carácter orientativo, considerando la heterogeneidad de alumnado

## Metodologías

	Descripción
Trabajos de aula	Lo/la *estudiante desarrollará ejercicios o proyectos en el aula bajo las directrices y supervisión del profesor. Puede estar vinculado a su desarrollo con actividades autónomas del estudiante.
Debates	Charla abierta entre un grupo de estudiantes. Puede centrarse en un tema de los contenidos de la materia, en el análisis de un caso, en el resultado de un proyecto, ejercicio o problema desarrollado previamente en una sesión magistral...

Presentaciones/exposiciones	Exposición por parte del alumnado ante lo docente y/el un grupo de estudiantes de un tema sobre contenidos de la materia o de los resultados de un trabajo, ejercicio, proyecto; Se puede llevar a cabo de manera individual o en grupo.
Sesión magistral	Exposición por parte del profesor de los contenidos sobre la materia objeto de estudio, bases teóricas y/o directrices de un trabajo, ejercicio o proyecto a desarrollar por el/la estudiante..

### Atención personalizada

Metodologías	Descripción
Sesión magistral	La atención personalizada se realizará en el aula y en las tutorías.
Trabajos de aula	La atención personalizada se realizará en el aula y en las tutorías.
Debates	La atención personalizada se realizará en el aula y en las tutorías.
Presentaciones/exposiciones	La atención personalizada se realizará en el aula y en las tutorías.
Pruebas	Descripción
Trabajos y proyectos	La atención personalizada se realizará en el aula y en las tutorías.

### Evaluación

	Descripción	Calificación
Trabajos de aula	Evaluación continua de trabajos y actividades realizados en el aula, a través de la entrega de los trabajos o mediante la observación de la participación en el aula.	10
Debates	Debates y discusión ordenadas en el aula en torno a las temáticas tratadas durante el curso	5
Presentaciones/exposiciones	Exposición, en el aula y ante los compañeros/as, del trabajo de investigación, y de los comentarios de textos de los cinco documentos científicos que se van a trabajar en el aula. Se valorará la sistematización de la información, la claridad expositiva, el uso de TICs y la capacidad didáctica de trasmisión de contenidos.	10
Sesión magistral	Uso de los contenidos de la materia en los trabajos del aula y/o en los trabajos de investigación y comentario de los cinco textos científicos que se trabajarán a lo largo del cuatrimestre.	5
Trabajos y proyectos	Realización de dos ejercicios: (1) Elaboración de un proyecto de investigación relacionado con la materia y (2) Realización de cinco comentarios de texto ( datos del autor, contexto de la obra, resumen, ideas principales y comentario crítico personal) sobre materiales científicos que se trabajarán en el aula a lo largo del cuatrimestre. En los dos casos tendrá que presentarse un trabajo impreso y entregarse en la fecha del examen.	70

### Otros comentarios sobre la Evaluación

Los alumnos no presenciales deberán examinarse en la fecha oficial de examen a través de una prueba escrita de preguntas abiertas sobre el temario de la materia. Los alumnos que accedan a la segunda convocatoria podrán optar por realizar un trabajo escrito que deberán entregar en la fecha oficial de examen o bien realizar una prueba escrita de preguntas abiertas sobre el temario de la materia.

### Fuentes de información

Alonso, L. E. y Conde, F., **Historia del consumo en España: una**, Debate,  
 GarcíaCanclini, N., **Culturas híbridas. Estrategias para entrar y salir de la modernidad**, Grijalbo,  
 Eco, U., **Apocalípticos e integrados ante una cultura de masas**, Lumen,  
 Arribas, L. (coord); De Lucas Mantilla, A.; Mañas Ramires, B. Ortí Mata, M., **Sociología del consumo e investigación de mercados:una guía didáctica**, UNED,

### Bibliografía complementaria

Bauman, Zygmunt (2000): *Trabajo, consumismo y nuevos pobres*. Barcelona. Gedisa.

Castells, M.; Caraça J.,Cardoso,G. (2013): *después de la crisis*. Alianza. Madrid.

García Canclini, Nestor (1995): *Consumidores y ciudadanos. Conflictos multiculturales de la globalización*. México. Grijalbo.

Klein, Naomi (2001): *No logo: el poder de las marcas*. Barcelona. Paidós.

Martel, Frederic (2010): *Cultura maistream. Cómo nacen los fenómenos de masas*. Madrid. Taurus.

Ritzer, George (1996): *La McDonalización de l sociedad*. Barcelona. Ariel.

---

## **Recomendaciones**

---

### **Asignaturas que se recomienda haber cursado previamente**

---

Antropología: Antropología social y cultural/O05G130V01201

Sociología: Sociología de la educación/O05G130V01302

---