

SEMINARIO SEMESTRE II 1982

EL CONSUMO COMO RELACION SOCIAL

Elssy Bonilla de Ramos.

I OBJETIVO DEL SEMINARIO

El proceso de consumo constituye un aspecto clave tanto en el funcionamiento de la sociedad como en la marcha de la vida individual. El consumo satisface necesidades de diferente índole tales como las de alimentación, abrigo, salud, confirmación de prestigio y promoción social. El consumo conlleva y de manera creciente un valor simbólico, por lo cual los aspectos inherentes a la confirmación de un prestigio y a la promoción social conforman elementos muy importantes en los procesos de toma de decisiones de consumo familiar e individual.

En sociedades divididas en grupos sociales con posiciones socioeconómicas diferentes cabe preguntarse:

- 1) Cómo vislumbran el posible prestigio social inherente al consumo sectores de la población

ubicados en posiciones socioeconómicas diferentes?

- 2) Qué aspectos son tenidos en cuenta en las decisiones de consumo de diferentes grupos socio-económicos?
- 3) Cuáles son las alternativas de consumo percibidas por individuos de posiciones socio-económicas diferentes?

Teniendo en cuenta el esquema anterior el objetivo del seminario es realizar una indagación sobre los factores que influyen en las decisiones de consumo (individual y familiar) de sectores de la población pertenecientes a estratos socio-económicos diferentes.

II FUNCIONAMIENTO DEL SEMINARIO

En el seminario se realizarán las siguientes actividades:

- 1) Lecturas pertinentes al tema y establecimiento a los aspectos concretos a ser estudios sobre el problema planteado (4 semanas).

- 2) Diseño de la entrevista y selección de los casos a estudiar (3 semanas).
- 3) Realización de las entrevistas (2 semanas).
- 4) Limpieza y organización de los datos (2 semanas).
- 5) Informe de Progreso (2 semanas)
- 6) Informe Final (2 semanas).

III EVALUACION

Aunque se diseñará un proyecto colectivo, cada estudiante asumirá una responsabilidad concreta en el desarrollo de la investigación y los informes serán individuales. Las notas serán también individuales y se conceptuarán teniendo en cuenta:

- 1) La evaluación del conocimiento de las lecturas asignadas (20%).
- 2) La participación en el planteamiento del proyecto y el diseño de la encuesta (20%).
- 3) Aplicación de las entrevistas (15%)
- 4) Informe de Progreso (20%).

5) Informe Final (20%).

IV BIBLIOGRAFIA OBLIGATORIA

- Jean Baudrillard. Crítica de la Economía Política del Signo. México: Siglo XXI, 1979 Cap II pp.52-87. Cap.VII pp. 148-165.
- Thonstein Veblen La Teoría de la Clase Ociosa. Buenos Aires: Fondo de Cultura Económica, 1963. Caps. I-VIII pp. 1-217.
- Baran Paul y Zweezy Paul El Capital Monopolista. México: Siglo XXI, 1973. Cap. V. "Las Campañas de Ventas".
- Agnes Heller Sociología de la Vida Cotidiana. Barcelona. Ed. Península Prólogo y Cap. III. pp. 251-270.
- Henry Lefebvre De lo Rural a lo Urbano. Barcelona: Ed. Península, 1970 Cap. XXI pp. 251-268.
- Michel Aglietta. Regulación y Crisis del Capitalismo. México: Siglo XXI, 1979. Cap. III pp. 129-185.

BIBLIOGRAFIA ADICIONAL

- Agnes Heller. Teoría de las Necesidades en Marx. Barcelona: Ed. Península, 1978.
- Jack Atali y M. Guillaume. El Antieconómico. Ed. Labor, 1976.
- Jean Baudrillard. El Sistema de los Objetos. México: Siglo XXI, 1979.
- . El Espejo de la Producción. Ed. Gedisa, 1980.