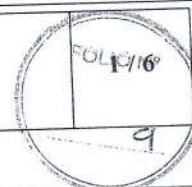


UNIVERSIDAD PROVINCIAL DEL SUDOESTE



FACULTAD: de Desarrollo Local y Regional
PROGRAMA DE: Sociología de la moda

CÓDIGO: 225

HORAS DE CLASE				PROFESOR RESPONSABLE
TEÓRICAS		PRÁCTICAS		Dra. Erica Porras
p/semana	p/cuatrim.	p/semana	p/cuatrim.	DOCENTE COLABORADOR
2	32	2	32	Mg. Lucy Pelliza

DESCRIPCIÓN:

Nacida a principios del siglo XIX, la Sociología se ha desarrollado dentro del campo de las Ciencias Sociales interactuando con otras disciplinas, con quienes comparte su objeto de estudio: "lo social". La asignatura explora diversos contenidos vinculados con la moda, el cuerpo, el diseño y la cultura, a partir de un acercamiento a las principales teorías y problemas claves del campo de la Sociología de la cultura, orientada al estudio de los usos sociales de la vestimenta y su valor simbólico. Se privilegian aquellos aspectos de las teorías, que han sido objeto de discusión en los últimos años y que -al mismo tiempo- resultan relevantes para la formación de los alumnos.

Se propone introducir al alumno en las categorías sociológicas fundamentales para aportar a la interpretación del fenómeno social y a su mejor desempeño profesional.

La asignatura aborda las principales teorías sociológicas que se han enfocado especialmente en la moda y el vestido, la historia del vestir en relación con el cuerpo y las identidades de género, y la cultura de masas. A su vez, forma parte de los objetivos de la materia, ubicar estos problemas en el contexto de la sociedad actual, para estimular el desarrollo de un pensamiento reflexivo y crítico, sobre la incidencia de los procesos y cambios socioculturales contemporáneos en la futura práctica profesional de los alumnos.

Objetivos generales de la materia

- Brindar algunos conceptos básicos de la Sociología, especialmente aquellos referidos a la moda, el diseño y el vestido.
- Dotar a los alumnos de herramientas teóricas para que puedan aplicarlas en el análisis de lo social dentro del campo del diseño de indumentaria (esto último es metodología de la materia...no objetivo)

Vigencia a partir
del año:

2016

FACULTAD: de Desarrollo Local y Regional**PROGRAMA DE: Sociología de la moda****CÓDIGO: 225****Objetivos específicos de la materia**

- Introducir al alumno en la comprensión del universo de "lo social" a fin de poder interpretar el comportamiento y las relaciones de los seres humanos y su incidencia en los proyectos de diseño de indumentaria.
- Formar profesionales responsables, no sólo como analistas de la realidad social, sino también como sujetos creadores y reproductores del mundo social.

METODOLOGÍA:

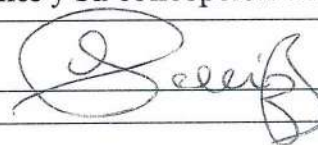
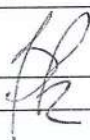
Para dar cumplimiento a los objetivos propuestos, las actividades se planificarán a través de clases teórico-prácticas. Será imprescindible la participación del alumno en la búsqueda de artículos, textos, películas, ensayos y todo otro material que represente utilidad y aporte a la materia.

PROGRAMA SINTÉTICO:**UNIDAD I: Introducción al pensamiento sociológico****UNIDAD II: Capitalismo, Globalización y consumo: Teorías contemporáneas.****UNIDAD III: Las Teorías de la moda y la producción de valor simbólico.****UNIDAD IV: La industria, el lenguaje de la moda y los medios de comunicación.****PROGRAMA ANALÍTICO:****UNIDAD I: Introducción al pensamiento sociológico**

¿Qué es la Sociología y cuál es su objeto de estudio? ¿Qué es "lo social"? Principales rupturas que dan origen al pensamiento sociológico. Padres fundadores de la Sociología. La naturalización de lo social. La teoría social en el siglo XIX: El paradigma positivista. Auguste Comte y su concepción de "Orden y

Vigencia a partir
del año:

2016



FACULTAD: de Desarrollo Local y Regional**PROGRAMA DE: Sociología de la moda****CÓDIGO: 225**

Progreso". Objetivismo: Emile Durkheim. ¿Qué es un hecho social? Subjetivismo: Max Weber: La Sociología comprensiva. Karl Marx: la perspectiva del materialismo histórico. La noción de Capitalismo y las características del desarrollo social moderno.

UNIDAD II: Capitalismo, Globalización y consumo: Teorías contemporáneas.

La construcción social de la realidad. La persona en la sociedad y la sociedad en la persona. Los orígenes de la institucionalización. Las normas, la historicidad y el control social. Socialización.

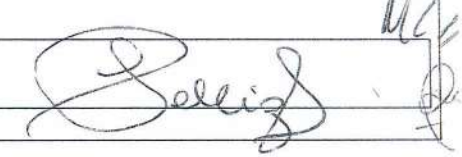
Globalización económica y cultural. Tensiones entre lo global y lo local. Principales conceptos de la perspectiva de Pierre Bourdieu: Campo, Habitus, capital. La idea de cultura y de consumo. El crecimiento de las economías creativas. Segmentación de estilos de vida y de mercados. El lugar del diseño: marcas vs. "autores". El lazo social y la necesidad natural de imitación. Mundo consumo. Análisis de los fenómenos sociales y de los estilos de vida vinculados al consumo de la moda

UNIDAD III:**Las Teorías de la Moda y la producción de valor simbólico.**

Las Teorías de la moda. Los modos actuales y los más arcaicos del sistema de la moda. El enfoque de Simmel: la moda como distinción-imitación. Los principios que orientan las tendencias. Las tribus urbanas. Los procesos de cambios en la sociedad capitalista. La moda y su relación con los grupos sociales. Moda y sociedad. Nuevos entornos y formas de relación emergentes. La moda como reflejo social de una cultura globalizada. Sociedad capitalista y moda.

UNIDAD IV: La industria, el lenguaje de la moda y los medios de comunicación.

El gobierno del cuerpo – El cuerpo y su presentación en las interacciones sociales. Masculinidad y feminidad La seducción, lo efímero y la diferenciación marginal. El papel de los medios de comunicación. La moda como algo inevitable y simbólico. Gilles Lipovetsky: moda, masas y consumo cultural. La cultura del diseño. La muerte de la moda y La política de las apariencias.



FACULTAD: de Desarrollo Local y Regional

PROGRAMA DE: Sociología de la moda

CÓDIGO: 225

Bibliografía

- BAUMAN, Z. (2002). *La sociedad sitiada*. Fondo de cultura económica editores. Selección de textos.
- BAUMAN, Z. (2003). *Modernidad líquida*. Buenos Aires: Fondo de Cultura Económica. Pp. 59-97.
- BAUMAN, Z. (2007). *Tiempos líquidos*. Ensayo Tusquets editores. Selección de Textos
- BAUMAN, Z. (2008). *Mundo consumo*. Paidós. Selección de textos.
- BAUMANN, Z. (1994). *Pensando Sociológicamente*. Buenos Aires, Ediciones Nueva Visión. Introducción: Sociología ¿Para qué?, págs. 7 a 24 y cap. 8. Naturaleza y Cultura. Págs. 143 a 160.
- BERGER, P. y LUCKMANN, T. (1994). *La Construcción Social de la Realidad*. Buenos Aires: Amorrortu. [Cap. 1].
- BOURDIEU, P. y WACQUANT, L. (2005). *Una invitación a la Sociología reflexiva*. 1º ed. Buenos Aires: Siglo XXI Editores.
- BOURDIEU, P. (2003). *Creencia artística y bienes simbólicos: elementos para una sociología de la cultura*. Argentina: Aurelia Rivera. [p. 155-167].
- BOURDIEU, P. (2011). *Cuestiones de Sociología*. Madrid: Akal. ["Alta costura y alta cultura", p. 195-204 y "La metamorfosis de los gustos", p. 161-172].
- CASTELLS, M. (1999). *La era de la información: Economía, sociedad y cultura: Vol. I: La sociedad red*. México DF: Siglo XXI Editores.
- DE LUQUE, S. (2002). *El objeto de estudio de la Sociología*. en DÍAZ, Esther, editora: La Posciencia. Buenos Aires. Biblos. Págs. 223 a 245.
- ENTWISTLE, J. (2002). *El cuerpo y la moda: Una visión sociológica*. Barcelona: Paidós. [Cap. 7].
- ENTWISTLE, J. (2002). *El cuerpo y la moda: Una visión sociológica*. Barcelona: Paidós. [p.11-18 y 55-59].
- ERNER, G. (2012). *Sociología de las tendencias*. Barcelona: Gustavo Gili.
- ERNER, G. (2012). *Sociología de las tendencias*. Barcelona: Gustavo Gili.
- FORTE, M.I A. *Modernidad: tiempo, forma y sentido*. Mimeo.
- GIDDENS, A. (1997), *Escritos Selectos: Durkheim y la Anomia*.

FACULTAD: de Desarrollo Local y Regional

PROGRAMA DE: Sociología de la moda

CÓDIGO: 225

- GODART, F. (2012). *Sociología de la moda*. Buenos Aires: Edhasa. [Cap. 4, p. 73-88 y 103-112].
- GODART, F. (2012). *Sociología de la moda*. Buenos Aires: Edhasa. [Cap. 2, p. 31-53] JULIER, G. (2010). *La cultura del diseño*. Barcelona: Gustavo Gili. Selección de textos.
- KLEIN N. (2001). *No logo. El poder de las marcas*. Buenos Aires: Paidós. Pp. 32- 91.
- MAFFESOLI, M. *Tribus urbanas*. Mimeo.
- MIGUEL, P. (2013). *Emprendedores del diseño*. Aportes para una sociología de la moda. Buenos Aires: Eudeba. [Cap. 1 y 2].
- PORTANTIERO, J. C.(2004). *La Sociología Clásica: Durkheim y Weber*. Buenos Aires, CEAL, Págs. 9 a 54.
- RITZER, G. (2001). *Teoría sociológica clásica*. Madrid Cap. 3. Auguste Comte. Págs. 109 a 126.
- RUBINICH, L y MIGUEL, P. (2011). *Creatividad, economía y cultura en la ciudad de Buenos Aires 2001-2010*. Buenos Aires.
- SASSEN, S. (2007). *Una sociología de la globalización*. Análisis Político, 61:3-27.
- SAULQUIN, S. (2012). *La muerte de la moda, el día después*. Paidós. selección de textos.
- SAULQUIN, S. (2014). *Política de las apariencias*. Selección de textos.
- SAULQUIN, S. (2011). *Historia de la moda argentina*. Selección de textos.
- SIMMEL G. (1988). "La moda" en *Sobre la aventura: ensayos filosóficos*. Barcelona: Península. Pp.26-55.
- SIMMEL, G. (1923). *Filosofía de la Moda*, Revista de Occidente, 1 y 2.
- SIMMEL, G. (1977). *Filosofía del dinero*. Madrid: Instituto de Estudios Políticos.
- SQUICCIARINO, N. (1986). *El vestido habla*, Madrid. Selección de textos.
- ZEITLIN, I. (1997). *Ideología y Teoría Sociológica*. Buenos Aires, Amorrortu. Págs. 85 a 94.

Vigencia a partir del año:

2016

[Signature]

[Signature]

[Signature]

UNIVERSIDAD PROVINCIAL DEL SUDOESTE

FOLIO N°

6 / 6

14

FACULTAD: de Desarrollo Local y Regional**PROGRAMA DE:** Sociología de la moda**CÓDIGO: 225****PROFESORES RESPONSABLES**

Dra. Erica Porras

Mg. Lucy Pelliza

FIRMA**VISADO****DECANO DE FACULTAD**

Mg. GONZALO SEMILLA
DECANO
FACULTAD DE DESARROLLO
LOCAL Y REGIONAL
UNIVERSIDAD PROVINCIAL DEL SUDOESTE

**SECRETARIO ACADÉMICO/ DIRECTOR
ACADÉMICO**

Lic. MARÍA CLAUDIA DIETZ
DIRECTORA COORD. EDUCATIVA
UNIVERSIDAD PROVINCIAL DEL SUDOESTE

FECHA y ORDENANZA:

02/03/2016 RESOLUCIÓN DUR N° 12/160.

FECHA: 18 - 02 - 2016**Vigencia a partir
del año:**

2016