

UNIVERSIDAD DE BUENOS AIRES
FACULTAD DE ARQUITECTURA, DISEÑO Y URBANISMO
CARRERA: DISEÑO INDUMENTARIA Y TEXTIL

ASIGNATURA: SOCIOLOGÍA

CATEDRA: SAULQUIN

Carga Horaria: 60 HS. Promoción: Examen Final Curso: Cuatrimestral

PROGRAMA

UNIDAD I: LAS UNIDADES DE ANÁLISIS EN SOCIOLOGÍA

- 1.1: El Universo de lo social**
- 1.2: Sociología. Orígenes y objeto de estudio.**
- 1.3: Cultura. Identidad cultural.**
- 1.4: Sociedad. Comportamiento y Relación social: status y rol.**
- 1.5: Formas de organización de los comportamiento sociales.
Sistema normativo. La moda como norma social.**
- 1.6: Sociología de la moda.**

BIBLIOGRAFÍA:

- Durkheim, E: Las reglas del metodo sociológico. Cap 1**
- Giddens, Anthony: Sociología. Alianza Editorial. Madrid .1994.**

UNIDAD II: MODA VESTIMENTARIA: ABORDAJE TEORICO

- 2.1: Los procesos sociales y su incidencia en la producción estética.**
- 2.2: Las teorías del vestido.**

BIBLIOGRAFÍA

- Riviere, Margarita: La moda, comunicación o incomunicación? G.Gilli. Editores
Barcelona 1967.**
- Squicciarino, N: "El vestido habla". Editorial Cátedra. Madrid. 1990.**
- Veblen, Thornstein. "Teoría de la clase ociosa". F.C.E.Mexico.1992.**

UNIDAD III: LA CULTURA Y LA SOCIEDAD DE MASAS COMO UNIVERSO DE PRODUCCIÓN Y

REPRODUCCION

- 3.1: Sociedad industrial y modernidad.**
- 3.2: Proceso de industrialización y desarrollo científico-técnico.**
- 3.3: Sociedad posindustrial y posmodernidad.**
- 3.4: Cultura de masas: sus estrategias.**
- 3.5: Seriación y reproducción. Consumo.**

BIBLIOGRAFÍA.

- Hobsbawm, E: "Las Revoluciones Burguesas". Ediciones Guadarrama. Madrid.**
- Hobsbawm, E: " La era de la Revolucion". Critica. Buenos Aires.1997 Cap2.**
- 3.2: Proceso de industrialización. Modelo y serie.**
- 3.3: Etapa burguesa de la moda.**

3.4.7 Dinámica sincrónica y diacrónica en el proceso de la moda.

BIBLIOGRAFÍA.

Lipovetsky, Giles: “La era del vacío”. Editorial Anagrama. Barcelona.1986.

Riviere, Margarita: “La moda¿comunicación o incomunicación?

G,Gilli. Editores. Barcelona. 1967. Una trayectoria histórica.

UNIDAD IV: LA CULTURA Y LA SOCIEDAD DE MASAS.

4.1: Sociedad posindustrial y posmodernidad.

4.2: Agrupamientos sociales: grupos, clases sociales, instituciones y movimientos sociales.

4.3: Etapa consumista de la moda.

4.3: Cultura de masas sus estrategias.

4.3: Seriación y reproducción. Consumo.

Lipovetsky, Gilles: “La era del vacío”. Editorial Anagrama. Barcelona.1986.

Saulquin, S: La moda en la Argentina. Emece Editores. Bs As.1990. Cap VI.

Morin, E: “El espíritu del tiempo”. Ediciones Taurus. Madrid. 1972.

Morin, E: “Sociología”. Ed. Tecnos. Madrid. 1995.

Baudrillard,J: “ El sistema de los Objetos”. Editorial. SigloXXI. Madrid.1969.

Conclusión: Hacia una definición de consumo.

UNIDAD V: NUEVAS TENDENCIAS SOCIALES

5.1: Surgimiento de una nueva forma cultural. Sociedad cibernética y de la información.

5.2: Desarticulación del sistema de la moda en el ocaso de la sociedad industrial.

5.3: Globalización-regionalización y localismo.

BIBLIOGRAFÍA.

Saulquin, S: “La moda después”. ISM. Buenos aires.1999.

Introducción y parte dos.