



PROGRAMA ANALÍTICO

1. DATOS GENERALES DE LA ACTIVIDAD CURRICULAR

ASIGNATURA: SOCIOLOGÍA (Cátedra: MIGUEL)

- Plan de estudios: 2017
- Carga horaria total: 45 horas
- Carga horaria semanal: 3 horas
- Duración del dictado: 1° y 2° cuatrimestre
- Turnos: Noche
- Tipo de promoción: Examen Final

UBICACIÓN EN EL PLAN DE ESTUDIOS

CICLO SUPERIOR DE GRADO (CSG) NIVEL 4
AÑO: 2019

2. OBJETIVOS

El objetivo de la materia es que los estudiantes adquieran herramientas que les permitan identificar y profundizar en el análisis de los aspectos sociales que se relacionan con su práctica profesional como diseñadores. Esto tiene que ver con dos líneas de abordajes: por un lado, el análisis del contexto social y de los factores culturales y económicos que lo atraviesan en términos generales y, por otro, de la conformación social de la propia práctica profesional y su producto, teniendo en cuenta sus instituciones, espacios de circulación, los distintos actores que participan, sus redes formales e informales, atendiendo a las lógicas específicas y a cómo éstas se relacionan con otras esferas de la sociedad.

El programa de la materia apunta a que los estudiantes puedan avanzar sobre los conceptos teóricos, aplicándolos en el desarrollo de proyectos analíticos que les permitan desarrollar una mirada reflexiva y crítica. Para ello se trabaja sobre la producción contemporánea de diseño de indumentaria y textil en Argentina, teniendo en cuenta las profundas modificaciones económicas, políticas culturales y sociales que se produjeron en las últimas décadas y que impactaron de forma particular en los distintos espacios de producción económica y simbólica.

En esa línea, los trabajos prácticos estarán dedicados al análisis de casos del período, desde la perspectiva de los distintos ejes de contenidos teóricos, para enfocarse en agentes y grupos relevantes, con el propósito de que los estudiantes puedan construir preguntas y planteos de problemas enfocados en el análisis de las prácticas de los actores.

Objetivos específicos:

- Que los estudiantes puedan reflexionar y desnaturalizar los presupuestos presentes en las relaciones sociales, ejercitando las herramientas críticas que les permitan dimensionar y analizar lo social.
- Que los estudiantes adquieran habilidad en la identificación de construcciones y prácticas sociales de manera crítica y puedan vincularlo con procesos económicos, culturales y políticos más amplios.
- Que los estudiantes, particularmente, adquieran las habilidades para analizar la propia formación y práctica profesional como diseñadores e identifiquen diferentes actores, roles, instituciones, espacios, y puedan analizar trayectorias individuales y los procesos que influyen en ello.
- Que los estudiantes puedan aplicar los contenidos respecto de la producción y circulación de productos de diseño en indumentaria y textil, así como los elementos que hacen a la construcción y circulación misma de los productores.



- Que los estudiantes logren comprender los textos propuestos, conceptualizarlos, establecer relaciones entre distintos enfoques y participar activamente aplicando de manera práctica los contenidos en el análisis de casos concretos.

3. CONTENIDOS

Unidad Temática 1:

Conceptos básicos de sociología: Una caja de herramientas

Los conceptos teóricos como caja de herramientas y su aplicación para la resolución de problemas. Del interés en un tema general a la formulación de una pregunta sociológica. ¿Qué es un hecho social? ¿Cómo se lo identifica? La naturalización de los hechos sociales y los sentidos comunes o prenociones como elementos a cuestionar y desagregar. Lo social como espacio relacional. La teoría de los campos. Estructuración de prácticas sociales: el habitus.

Unidad temática 2:

Cuerpo, vestir y moda: teorías y modelos de difusión

La sociología del cuerpo, motor y portador de significados. Cuerpo, género y vestido. El vestir como práctica íntima, cultural y social. Definición de moda. Diferentes modelos de difusión de la moda en indumentaria. La moda como hecho social total, el enfoque de Simmel. Los aportes de Blumer y Bourdieu. La construcción de objetos culturales, la producción de valor simbólico. La relación entre la oferta y la demanda en el mundo de la producción estética.

Unidad temática 3:

La producción creativa en el marco de procesos locales y globales

Globalización económica y cultural. Tensiones entre lo global y lo local. El crecimiento de las economías creativas. Segmentación de estilos de vida y de mercados. Publicidad, marcas y cultura. Las tendencias en un mercado global segmentado y estetizado, cálculo e intuición en discusión. El lugar del diseño: marcas vs. "autores".

Unidad temática 4:

El diseño, entre la industria y el arte

Lo artístico y lo comercial. La industria textil y de la indumentaria y su segmentación en un contexto global. Tendencias, fast fashion y mercado del lujo. Elementos culturales y económicos, ideológicos y estéticos. La formación profesional y la formación de oficio. Diseñadores-Empresarios-Productores: trayectorias, formación profesional, experiencias.

Unidad temática 5:

El sistema-campo de la moda y su producción colectiva

La industria de la moda como sistema y sus diferentes campos. Actores, intermediarios, el rol de la prensa. El lugar del diseño de indumentaria. El público, circuitos y eventos. El rol de las instituciones. Espacios de consagración. La ciudad como medio de circulación y producción.

Recursos audiovisuales: Las unidades temáticas del programa se complementan con recursos audiovisuales, particularmente documentales que presentan casos relacionados con las temáticas abordadas.

Documentales recomendados:

- The True Cost, (2015) – Dir. Andrew Morgan.
- The September Issue, (2009) – Dir. R. J. Cutler.
- Valentino: The Last Emperor, (2008) – Dir. Matt Tyrnauer.
- Planeta Zara, (2002) – Dir. Josep Terra Mateu y María Ruiz Calzado
- Ouvrières du monde, (2000) – Dir. Marie-France Collard.

Modalidad de Enseñanza:

Se dictan clases teóricas semanales abordando los contenidos de las unidades temáticas del programa (1,5 horas). En las reuniones semanales de trabajos prácticos (1,5 horas), los estudiantes desarrollarán en pequeños grupos distintas actividades de lectura, análisis y entrega de reseñas sobre la bibliografía propuesta para aplicar los contenidos de la materia al análisis de un caso específico en relación con los ejes temáticos propuestos por la cátedra. Al mismo tiempo,



con los resultados de esas actividades prácticas irán desarrollando un informe final que será presentado al final de la cursada. Las lecturas indicadas en el programa, tanto para teóricos como prácticos, serán de carácter obligatorio.

Recursos para Trabajos Prácticos: *Sociología: Herramientas para diseñadores. Guías de lecturas y ejercicios prácticos* (ebook), una publicación descargable online preparada especialmente por la cátedra, que contiene el material necesario para el desarrollo de los TPs y trabajo final de la cursada. Contiene detalles sobre la modalidad de trabajo durante la cursada, guías de lecturas, TPs, información útil sobre técnicas de estudio y herramientas que los ayudarán a abordar las lecturas de los textos, desarrollar los trabajos prácticos y prepararse para los exámenes.

Modalidad de Evaluación:

Aprobación de cursada:

Durante el desarrollo del cuatrimestre se realizarán dos evaluaciones parciales sobre los contenidos teóricos y conceptuales trabajados en clase (con posibilidad de recuperatorio). Para obtener la regularidad en la materia deben aprobarse las evaluaciones parciales, los trabajos prácticos (4 o más puntos en cada instancia) y contar con el 75% de asistencia a clase.

Aprobación de final:

Para la aprobación final de la materia, los estudiantes deben rendir examen final obligatorio que consiste en una exposición oral (individual) sobre los conceptos teóricos trabajados en las unidades temáticas del programa, enfocándose principalmente en la aplicación de los conceptos y el análisis de procesos sociales concretos.

Bibliografía:

Bibliografía Básica (obligatoria):

• Unidad Temática 1

Berger, P. y T. Luckmann. 1994. *La Construcción Social de la Realidad*. Buenos Aires: Amorrortu. [Cap. 1]

Bourdieu, Pierre. 2011. *Cuestiones de Sociología*. Madrid: Akal. [“Algunas propiedades de los campos”, p. 112-119]

Bourdieu, Pierre, Jean-Claude Chamboredon, y Jean-Claude Passeron. 2004. *El oficio de sociólogo: Presupuestos epistemológicos*. Buenos Aires: Siglo Veintiuno Editores. [p. 167-182]

Durkheim, Emile. 1895. *Las reglas del método sociológico*. Buenos Aires: Hispamérica. [Cap. 1 y Cap. 2.II]

Miguel, Paula. 2013. *Emprendedores del diseño. Aportes para una sociología de la moda*. Buenos Aires: Eudeba. [Introducción]

• Unidad Temática 2

Blumer, Herbert. 1969. “Fashion: from class differentiation to collective selection.” *Sociological Quarterly* 10:275-291.

Bourdieu, Pierre. 2011. *Cuestiones de Sociología*. Madrid: Akal. [“Alta costura y alta cultura”, p. 195-204 y “La metamorfosis de los gustos”, p. 161-172]

Bourdieu, Pierre. 2003. *Creencia artística y bienes simbólicos: elementos para una sociología de la cultura*. Argentina: Aurelia Rivera. [p. 155-167]

Entwistle, Joanne. 2002. *El cuerpo y la moda: Una visión sociológica*. Barcelona: Paidós. [p.11-18 y 55-59]

Le Breton, David. 2002. *La sociología del cuerpo*. Buenos Aires: Nueva Visión.

Miguel, Paula. 2013. *Emprendedores del diseño. Aportes para una sociología de la moda*. Buenos Aires: Eudeba. [Cap. 2]

Simmel, Georg. [1908] 1988. “La moda” en *Sobre la aventura: ensayos filosóficos*. Barcelona: Península. Pp.26-55

Veblen, Thorstein. [1924]. *Teoría de la clase ociosa*. [Cap.7]

• Unidad Temática 3

Bauman, Zygmunt. 2003. *Modernidad líquida*. Buenos Aires: Fondo de Cultura Económica. Pp. 59-97.



- Crane, Diana. 1999. Diffusion Models and Fashion: A Reassessment. *Annals of the American Academy of Political and Social Science* 566(1):13-24.
- Erner, Guillaume. 2012. *Sociología de las tendencias*. Barcelona: Ed. Gustavo Gili. [Cap. VI]
- Klein, Naomi. 2001. *No logo. El poder de las marcas*. Buenos Aires: Paidós. Pp. 32- 91.
- Lash, Scott y John Urry. 1998. *Economías de signos y espacios*. Buenos Aires: Amorrortu.
- Miguel, Paula. 2013. *Emprendedores del diseño. Aportes para una sociología de la moda*. Buenos Aires: Eudeba. [Cap. 1]
- Raymond, Martin. 2010. *Tendencias. Qué son, cómo identificarlas, en qué fijamos, cómo leerlas*. Barcelona: Promopress. [Cap. 1 y 4]
- Rubinich, Lucas y Paula Miguel. 2011. *0110: Creatividad, economía y cultura en la ciudad de Buenos Aires 2001-2010*. Buenos Aires: Aurelia Rivera.
- *Unidad Temática 4*
- Beltrán, Gastón J. y Paula Miguel. 2011. Emprendedores creativos, en Rubinich, Lucas y Paula Miguel. 2011. *0110: Creatividad, economía y cultura en la ciudad de Buenos Aires 2001-2010*. Buenos Aires: Aurelia Rivera.
- Díaz, V. (2018). ¿Una moda responsable? Emprendimientos de diseño de indumentaria con producción artesanal de pueblos originarios y rurales desde la perspectiva de la responsabilidad social empresarial. *Ciencias Económicas*, 1, 9-25. <https://doi.org/10.14409/rce.v1i0.7737>
- Entwistle, Joanne. 2002. *El cuerpo y la moda: Una visión sociológica*. Barcelona: Paidós. [Cap. 7]
- Ferreira, E. y Schorr, M. 2013. La industria textil y de indumentaria en la Argentina. Informalidad y tensiones estructurales en la posconvertibilidad, en Schorr, M. (coord.) 2013. *Argentina en la posconvertibilidad: ¿desarrollo o crecimiento industrial? Estudios de economía política*. Buenos Aires: Miño y Dávila. [Cap. 7]
- Godart, Frédéric. 2012. *Sociología de la moda*. Buenos Aires: Edhasa. [Cap. 4, p. 73-88 y 103-112]
- Miguel, Paula. 2013. *Emprendedores del diseño. Aportes para una sociología de la moda*. Buenos Aires: Eudeba. [Cap. 3, 4 y 7]
- Informes del sector:
 - "Informe sobre el precio de la ropa", Fundación Protejer, 2018
 - "Boletín de importaciones de la cadena de valor textil y confecciones", Fundación Protejer, 2018.
 - "Boletín económico. Abril 2018", Fundación Protejer, 2018
- *Unidad Temática 5*
- Alatsis, Gabriela, 2018. "El rol de los intermediarios culturales en la producción de la creencia colectiva: la conformación de un circuito de diseño en Quilmes". *Cuadernos del Centro de Estudios en Diseño y Comunicación*.
- McRobbie, Angela. 2002. Fashion culture: creative work, female individualization. *Feminist Review*, 71: 52-62
- Miguel, Paula. 2018. Más allá del autor. La construcción pública del diseño de indumentaria en Argentina. *Cuadernos del Centro de Estudios de Diseño y Comunicación UP 76*: 161-177.
- Miguel, Paula. 2015. La estetización del espacio y la espacialización de lo estético en Buenos Aires. Una mirada desde la producción. *Bifurcaciones. Revista de estudios culturales urbanos*, 20: 1-16.
- Miguel, Paula. 2013. *Emprendedores del diseño. Aportes para una sociología de la moda*. Buenos Aires: Eudeba [Cap. 5, 6 y Conclusiones].
- Raymond, Martin. 2010. *Tendencias. Qué son, cómo identificarlas, en qué fijamos, cómo leerlas*. Barcelona: Promopress. [Cap. 1 y 4]



- Acevedo Díaz, Carmen. 2011. *Moda: nuevo diseño argentino*. Buenos Aires: Ediciones Olmo.
- Adamovsky, Ezequiel. 2009. *Historia de la clase media argentina: apogeo y decadencia de una ilusión 1919-2003*. Buenos Aires: Planeta.
- Alatsis, Gabriela, 2018. "El rol de los intermediarios culturales en la producción de la creencia colectiva: la conformación de un circuito de diseño en Quilmes". *Cuadernos del Centro de Estudios en Diseño y Comunicación*; Lugar: Buenos Aires; Año: 2018
- Azpiazu, Daniel y Martín Schorr. 2010. *Hecho en Argentina: industria y economía, 1976-2007*. Buenos Aires: Siglo veintiuno editores.
- Barthes, Roland. 2003. *El sistema de la moda*. Barcelona: Paidós.
- Becker, Howard. [1982] 2008. *Los mundos del arte. Sociología del trabajo artístico*. Bernal: Universidad Nacional de Quilmes. (caps. 8 y 9 pp. 263-337)
- Bergamo, Alexandre. 2007. *A experiència do status: roupa e moda na trama social*. São Paulo: Ed. UNESP.
- Boltanski, Luc. 1975. *Los usos sociales del cuerpo*. Buenos Aires: Periferia.
- Bourdieu, Pierre e Yvette Delsaut. 1975. "Le couturier et sa griffe : contribution à une théorie de la magie." *Actes de la recherche en sciences sociales* 1:7-36.
- Bourdieu, Pierre. 2000. *La distinción: criterios y bases sociales del gusto*. Madrid: Taurus.
- Bourdieu, Pierre. 2003. *Creencia artística y bienes simbólicos: elementos para una sociología de la cultura*. Argentina: Aurelia Rivera.
- Bourdieu, Pierre y Loïc Wacquant. 2005. *Una invitación a la sociología reflexiva*. 1º ed. Buenos Aires: Siglo XXI Editores.
- Castells, Manuel. 1999. *La era de la información: Economía, sociedad y cultura: Vol. I: La sociedad red*. México DF: Siglo XXI Editores.
- Chiesa, M.; Cirelli, P. y Siciliani, P. 2012. *Buenos Aires es tendencia. Diseño de indumentaria en la era digital*. Buenos Aires: Sudamericana.
- Crane, Diana, ed. 2006. *Special issue Approaches to material culture: The sociology of fashion and clothing*. Amsterdam [u.a.]: Elsevier.
- Crane, Diana, ed. 2006. *Special issue Approaches to material culture: The sociology of fashion and clothing*. Amsterdam [u.a.]: Elsevier.
- Crane, Diana. 2000. *Fashion and its social agendas*. Chicago [u.a.]: University of Chicago Press.
- Díaz, Valeria Cynthia. (2016) *Convergencias y divergencias en los modelos de negocio del sector del diseño de indumentaria argentino definidos por la incorporación de producción artesanal desde la perspectiva de la Responsabilidad Social Empresarial: (período 2013-2015)*. Facultad de Ciencias Económicas. Universidad de Buenos Aires.
- Díaz, V. (2018). ¿Una moda responsable? Emprendimientos de diseño de indumentaria con producción artesanal de pueblos originarios y rurales desde la perspectiva de la responsabilidad social empresarial. *Ciencias Económicas*, 1, 9-25. <https://doi.org/10.14409/rce.v1i0.7737>
- Entwistle, Joanne. 2002b. "The aesthetic economy: the production of value in the field of fashion modelling." *Journal of Consumer Culture* 2:317.
- Entwistle, Joanne. 2006. "The cultural economy of fashion buying." *Current Sociology* 54:704.
- Erner, Guillaume. 2012b. *Víctimas de la moda. Cómo se crea, por qué la seguimos*. Barcelona: Gustavo Gili.
- Featherstone, Mike. 2006. "Genealogies of the Global." *Theory Culture Society* 23:387-392
- Gago, Verónica. 2014. *La razón neoliberal: Economías barrocas y pragmática popular*. Buenos Aires: Tinta Limón Ediciones.
- Graw, Isabelle. 2013. *¿Cuánto vale el arte? Mercado, especulación y cultura de la celebridad*. Buenos Aires: Mardulce.
- Harvey, David. [1990] 2008. *La condición de la posmodernidad. Investigación sobre los orígenes del cambio cultural*. Buenos Aires: Amorrortu.
- Hauge, Atle. 2007. *Dedicated followers of fashion*. Uppsala: Univ., Dep. of Social and Economic Geography.
- Joly, Verónica. 2009. "Diseño de vestimenta en la Primera Bienal de Arte Joven. Diálogos entre el arte y la cultura



UBA, FADU.

Universidad de Buenos Aires Facultad de Arquitectura
Diseño y Urbanismo

- democrática en la Buenos Aires de fines de los 80." Presentado en las V Jornadas de Jóvenes Investigadores, IIGG, FSOC, UBA, noviembre, Buenos Aires.
- Juncal, Santiago. 2003. "La industria textil y de confección: Panorama y potencialidades a partir de la devaluación." *Informe de Coyuntura Económica del CEDEM*.
- Kacef, Osvaldo. 2003. *Estudio I.EG.33.6. Estudios sectoriales. Componente: Industria de la confección y el diseño*. Buenos Aires: MECON - CEPAL, ONU.
- Lannelongue, Marie-Pierre. 2008. *Los secretos de la moda al descubierto*. Barcelona: Gustavo Gili.
- Lash, Scott y John Urry. 1998. *Economías de signos y espacios*. Buenos Aires: Amorrortu.
- Le Breton, David. 2002. *La sociología del cuerpo*. Buenos Aires: Nueva Visión.
- Lescano, Victoria. 2004. *Followers of fashion: falso diccionario de la moda*. Buenos Aires: Interzona.
- Manlow, Veronica. 2007. *Designing clothes: culture and organization of the fashion industry*. New Brunswick: Transaction Publishers.
- Martel, Frédéric. 2014. *Cultura mainstream. Cómo nacen los fenómenos de masas*. Buenos Aires: Taurus.
- McRobbie, Angela. 1998. *British fashion design*. London [u.a.]: Routledge.
- Miguel, Paula. 2009. "Los recorridos del diseño de indumentaria en la ciudad de Buenos Aires". *Apuntes de Investigación del CECYP* (15):51-73.
- Monzón, Ignacio. 2001. *Transformaciones en la industria de la confección en la década del '90*. Buenos Aires: CENES, IIE, UBA.
- Power, Dominic y Allen J. Scott. 2004. *Cultural industries and the production of culture*. Londres: Routledge.
- Rantisi, Norma. 2004. "The Ascendance of New York Fashion." *International Journal of Urban and Regional Research* 28:86-106.
- Rivoli, Pietra. 2005. *The travels of a T-shirt in the global economy*. Hoboken, NJ: Wiley.
- Rocamora, Agnes. 2002. "Fields of fashion: Critical insights into Bourdieu's sociology of culture." *Journal of Consumer Culture* 2:341-362.
- Rocamora, Agnes. 2006. "'Over to You': Writing Readers in French Vogue." *Fashion theory*. 10:153.
- Saltzman, Andrea. *El cuerpo diseñado: sobre la forma en el proyecto de la vestimenta*, Buenos Aires, Paidós, 2004.
- Sassen, Saskia. 2007. Una sociología de la globalización. *Análisis Político*, 61:3-27.
- Saulquin, Susana. 1990. *La Moda en la Argentina*. Buenos Aires Argentina: Emecé.
- Saulquin, Susana. 1999. *La Moda, Después*. Buenos Aires: Instituto de Sociología de la Moda.
- Saulquin, Susana. 2006. *Historia de la moda argentina: Del miriñaque al diseño de autor*. Buenos Aires: Emecé.
- Scott, Allen J. 2000. *The cultural economy of cities*. London [u.a.]: SAGE Publ.
- Scott, Allen J. 2001. *Global city-regions: trends, theory, policy*. Cambridge UK; New York: Oxford University Press.
- Scott, Allen J. 2006. *Geography and economy*. Oxford: Clarendon Press.
- Sennett, Richard. 2006. *The culture of the new capitalism*. New Haven, Conn. [u.a.]: Yale Univ. Press.
- Simmel, Georg. 1977. *Filosofía del dinero*. Madrid: Instituto de Estudios Políticos.
- Vargas, Patricia. 2013. *Diseñadores y emprendedores: una etnografía sobre la producción y el consumo de diseño en Buenos Aires*. La Plata: Ediciones Al Margen.
- Vejlgaard, Henrik. 2008. *Anatomy of a trend*. New York, NY [u.a.]: McGraw-Hill.
- Weber, Max. 1983. *Economía y sociedad: esbozo de sociología comprensiva*. 2º ed. México D.F.: Fondo de Cultura Económica.
- Weber, Max. 1995. *La ética protestante y el espíritu del capitalismo*. Barcelona: Península.
- Williams, Raymond. 1982. *Cultura. Sociología de la comunicación y del arte*. Buenos Aires: Paidós.
- Wortman, Ana (comp.). 2003. *Pensar las clases medias. Consumos culturales y estilos de vida urbanos en la Argentina de los noventa*. Buenos Aires: La Crujía.