

# El consumo desde una mirada social y cultural

## Fundamentación

La Dirección Nacional de Defensa del Consumidor, a través de la Escuela Argentina de Educación en Consumo (EAEC), diseña planes y programas de educación con el objeto de fortalecer la defensa de los derechos de los consumidores.

Estudiar la dinámica que adquiere la sociedad de consumo contemporánea desde un abordaje social resulta fundamental para superar las visiones únicamente legales del consumo. En este sentido, cobra especial relevancia el tratamiento de temáticas como la influencia de las prácticas de consumo sobre la construcción de nuestras identidades sociales.

## Objetivos

Se espera que al finalizar el curso las y los participantes puedan:

- Conocer las características de la sociedad de consumo contemporánea.
- Profundizar sobre la cultura de consumo y cómo repercute en nuestra vida cotidiana.

## Modalidad

Este curso se realiza de forma virtual y autogestionada, a través de la plataforma de capacitación del Ministerio de Desarrollo Productivo de la Nación.

Para acceder a la misma, es necesario completar el formulario de inscripción y esperar la confirmación por mail con los datos del usuario.

El curso posee autoevaluaciones que es necesario aprobar para obtener el certificado.

## Contenidos

### MÓDULO 1

#### La sociedad de consumo

- Surgimiento, características de la sociedad contemporánea.
- Bienes y necesidades.
- Acceso al consumo y patrones de consumo.
- Dimensión individual y colectiva del consumo.

# El consumo desde una mirada social y cultural

## MÓDULO 2

### Cultura de consumo

- La compra y sus sentidos.
- Dimensión identitaria y dimensión comportamental.
- La compra y las necesidades humanas.
- Objetos, deseos e ilusiones.
- Pautas de consumo en Argentina.

## Bibliografía

- Bauman, Z. (2007). *Vida de consumo*. Madrid: Fondo de Cultura Económica.
- Bauman, Z. (2010). *Mundo Consumo*. Madrid: Fondo de Cultura Económica.
- D'Alessandro, M. (2016). *Economía feminista*. Buenos Aires: Sudamericana.
- Del Cueto, A., Luzzi, M. (2016). "Salir a comprar. El consumo y la estructura social en la Argentina reciente". En Kessler, G. (Comp.), *La sociedad argentina hoy. Radiografía de una nueva estructura*. (pp. 209- 231). Buenos Aires: Siglo Veintiuno editores.
- García Ruiz, P. (1993). *Repensar el consumo*. Madrid: Editorial Einusa.
- Heller, A. (1996). *Una revisión de la teoría de las necesidades*. Barcelona: Paidós Ibérica.
- Lipovetsky, G. (2010). *La felicidad paradójica: Ensayo sobre la sociedad de hiperconsumo*. Barcelona: Editorial Anagrama.
- Lipovetsky, G. (2016). *De la ligereza*. Barcelona: Editorial Anagrama.
- Organización de las Naciones Unidas (1999). *Directrices para la protección del Consumidor (en su versión ampliada)*.