

ÍNDICE

PRESENTACIÓN. ESCRIBIR LAS PRÁCTICAS 11

PREFACIO. POR UN ESTUDIO SOCIOHISTÓRICO DE LAS ORGANIZACIONES 19

Introducción 19

1. Las lógicas de acción 22
 2. El actor en la organización:
mucho más que una abstracción 25
 3. El enfoque sociohistórico 27
 4. La articulación del consenso y del conflicto 29
 5. La integración de lo material y lo simbólico 31
- Conclusión: las formas sociales de la acción organizada 33

PRIMERA PARTE. LAS BASES TEÓRICAS 39

CAPÍTULO 1. MAURICE HALBWACHS Y EL DESARROLLO DE LA SOCIOLOGÍA DEL CONSUMO Y LAS NECESIDADES 41

Introducción 41

1. La formación de la escuela clásica 43
2. La polémica sobre las necesidades en la edad de oro
de la sociedad de consumo 53

3. Del neomarxismo sociológico a la sociología total de Pierre Bourdieu 63

Conclusión 70

CAPÍTULO 2. LA SOCIOLOGÍA DE LAS PRÁCTICAS DE PIERRE BOURDIEU 73

Introducción 73

1. La recepción polémica de una economía general de los hechos sociales 74
 2. Biobibliografía de Pierre Bourdieu 77
 3. Los conceptos principales de una sociología de las prácticas 89
 4. Los críticos de la sociología crítica de Bourdieu 92
- Conclusión: por una renovación de la sociología práctica europea 97

CAPÍTULO 3. LA APERTURA AL SUJETO EN LA SOCIOLOGÍA ECONÓMICA DE CARLOS MOYA 100

Introducción 100

1. Charles Wright Mills como punto de partida 103
 2. El estudio de la élite del poder 108
 3. Sobre las élites del poder económico 113
- Conclusión: por una sociología con sujeto 115

SEGUNDA PARTE. TRABAJO, CONSUMO Y OCIO COMO HECHOS SOCIALES TOTALES 123

CAPÍTULO 4. INSTITUCIONALIZACIÓN Y DESINSTITUCIONALIZACIÓN DE LA CIUDADANÍA LABORAL 125

Introducción 125

1. Sociedad del trabajo, producción en masa y ciudadanía laboral 128
2. La política de la regulación fordista 134
3. Los límites de la gobernabilidad del modelo institucional fordista 139

4. Crisis de la ciudadanía laboral y desestructuración de las formas de empleo 144
 5. La era de la fragmentación: la precarización como norma 149
 6. De la flexibilidad como medio a la empleabilidad como condición 155
- Conclusión: la ciudadanía más allá del mercado 160

CAPÍTULO 5. CONSUMO E IDENTIDAD EN LA SOCIEDAD GLOBAL 167

Introducción 167

1. La crisis del consumidor nacional 170
 2. Globalización y consumo diferencial 176
 3. Los nuevos espacios y tiempos de la globalización 181
 4. Nuevos objetos y sujetos del consumo global 188
- Conclusión 192

CAPÍTULO 6. LOS NUEVOS PATRONES DE CONSUMO TURÍSTICO Y LOS ESTILOS DE VIDA 198

Introducción 198

1. La industrialización del turismo y el consumo de masas 200
 2. Las transformaciones de la demanda de ocio y movilidad en un entorno globalizado 207
 3. Las estrategias del postfordismo turístico 212
- Conclusión: tendencias sociales del consumo turístico 219

EPÍLOGO. CRÍTICA DE LA RETÓRICA POSTMODERNA 222

Introducción 222

1. La retórica de la deconstrucción como ritual mágico del postmodernismo 225
 2. En busca del sujeto perdido 230
 3. Mínimo balance desde la irremplazable presencia de los actores sociales 236
- Conclusión 239

BIBLIOGRAFÍA 248