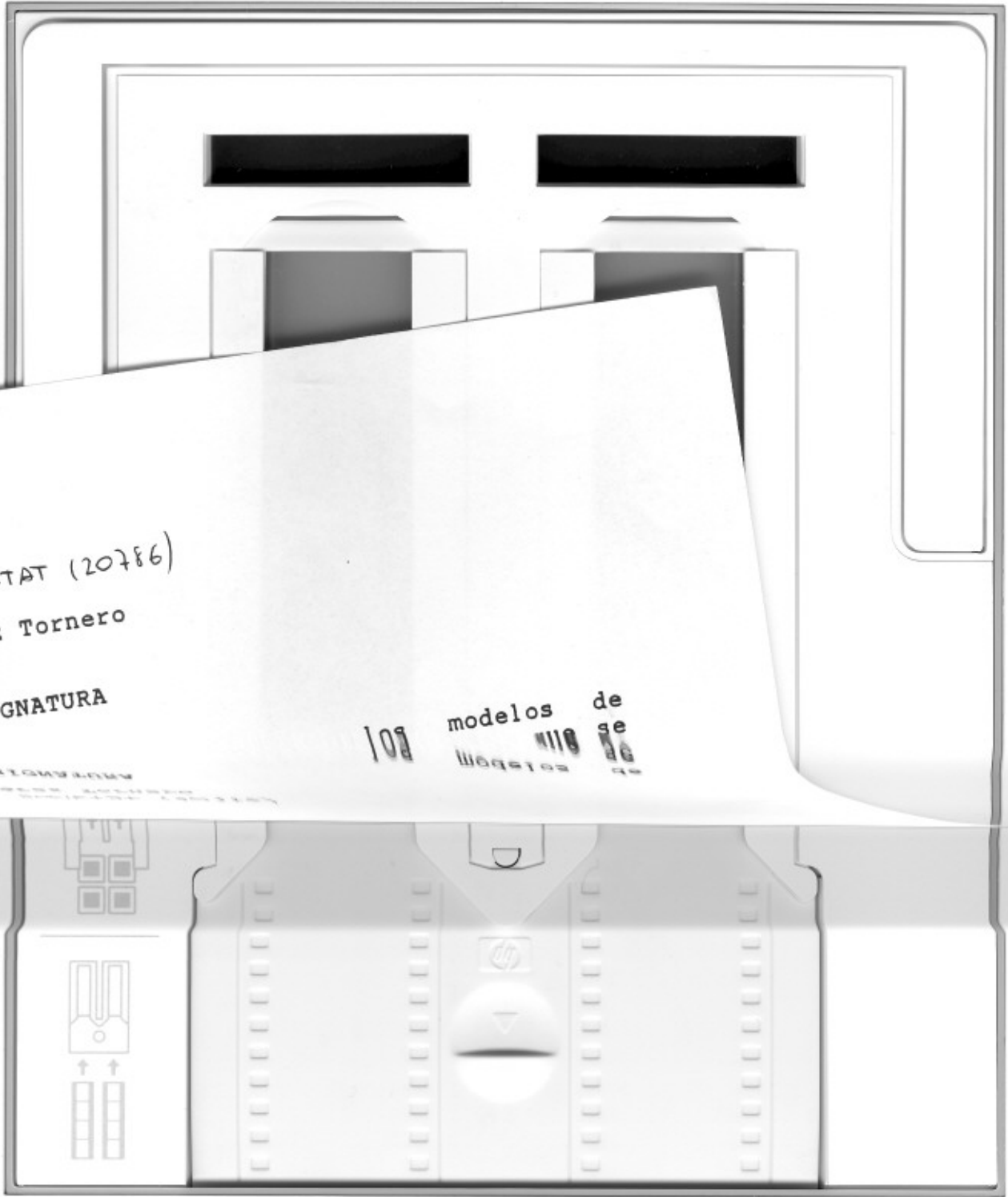


SAS I SOCIETAT (20786)  
Manuel Pérez Tornero

DE LA ASIGNATURA

109 modelos de  
se  
de



### 3. TEMARIO

#### A. Introducción conceptual

1. Claves de la cultura. El contenido. La concepción del mundo. El sistema de percepción social. Los medios. Las instituciones y la organización. Formas y formaciones. La reproducción. El sentido común.

2. Cambio mediático y cultural: conceptos básicos. Percepción, espacio, tiempos y recorridos. Lógica, racionalidad y estética. Lenguaje y conocimiento. Praxis culturales. De la sociedad de la imprenta a la aldea global.

#### B. Exploración histórica

3. La emergencia de la sociedad de consumo y la cultura de masas. Del espacio rural a las nuevas ciudades. Los procesos de enculturación urbana. El industrialismo y la cultura. El ocio como producto de consumo. Los cambios en la vida cotidiana.

4. Los cambios en las esferas de relación. Redefinición de los espacios público y privado. la emergencia de la opinión pública. El imperativo de las modas. Las hegemonías del gusto. la sociedad del espectáculo.

5. Modernismo y post-modernismo. Narcisismo e individualismo: ritos y mitos. la nueva consideración del cuerpo. Del "ethos" puritano a la ética hedonista. las racionalidades débiles del pensamiento.

6. La hegemonía mediática. La simultaneidad, la actualidad y la interactividad. El dominio de la fragmentación. El desarrollo de la saturación. El imperio del simulacro. La virtualización. el "espíritu" conectado.

#### C. Estilos, estéticas, mitos e interrogaciones

7. Tecno-poder. Tecocracia y tecnópolis. Los instrumentos y la construcción de lo social. El mito de la máquina. La ficción de la ciencia y la ciencia-ficción. Los ritos del automatismo. Cerebros y ordenadores.

8. La identidad del yo. El cuerpo y el yo. El nosotros y el ellos. Modeos y espejos. Seducción y narcisismo. Las esferas del yo: la ética, la estética y la política. Burbujas personales y grupales. De la autodirección a la heterodirección.

9. El sentido tribal. Las nuevas sociedades afectivas. La generación mediática de emociones. Las solidaridades pasionales. Las tribus urbanas. La tribalización de lo social. Las nuevas religiones.

10. Las vidas cotidianas. Estado, individuo, burocracia. La trivialización. La amortiguación de los cambios. La ritualización de lo extraordinario. De la participación a la contemplación.

11. La nueva política. la era de la propaganda. Manipulación de masas. las ideologías débiles. La política-espectáculo. Las nuevas formas de la propaganda y el adoctrinamiento.

12. Los nuevos estilos y las nuevas creaciones. Del clásico al barroco: de la medida a la exageración. El espíritu dionisiaco. la ética de la sobrerrepresentación. La lógica de la moda estética.

13. Globalidad y localismo. El planeta conectado. La resurrección de los nacionalismo. El nuevo romanticismo heroico. El nuevo sentido de la comunidad. Redentorismos. la lógica d elos solidario y las lógicas de la autonomía. El "holograma" social.

#### 4. ESBOZO DE BIBLIOGRAFÍA (\*)

GOULDNER, Alvin W. *La dialéctica de la ideología y la tecnología* Madrid, Alizanza, 1978

SCHWARTZ, T. *Media. The second God* Nueva York, Anchor Book, 1983

POSTMAN, N. *Amusing Ourselves to Death* Nueva York, Penguin, 1986

- *Tecnòpoli* Barcelona, Llibres de l'index, 1994

BAUDRILLARD. J. *Las estrategias fatales* Barcelona, Anagrama, 1984

- *La sociedad de consumo* Barcelona, Plaza y Janés, 1974

CALABRESE. O. *La era neobarroca* Madrid, Cátedra, 1987

QUALTER, T.H. *Publicidad y democracia de masas* Barcelona, paidós, 1994

WILLIAMS, R. *Cultura Barceona*, Paidós, 1981

(\*) En el inicio del curso se presentará una bibliografía sistemática.