



CUADERNOS NOTICIAS OBRERAS – 21

INDUSTRIAS DE LA CONCIENCIA Y CULTURA DE LA SATISFACCIÓN

JOSÉ LUIS SÁNCHEZ NORIEGA

SINOPSIS

El profesor Sánchez Noriega, pedagogo de amplia experiencia y colaborador asiduo en diversidad de medios, ha leído lo que hay que leer para penetrar en los resortes secretos y entresijos culturales de los medios de comunicación y se ha planteado críticamente las preguntas fundamentales para entender la acción de los medios en la sociedad. [...]

Este cuaderno es una invitación a entender el sutil proceso de la comunicación de masas y los efectos de los medios en las personas y la sociedad. Y también un esfuerzo honrado por escudriñar lo que puede haber más allá de la libertad de expresión.

(Del prólogo de Lorenzo Gomis)

ÍNDICE

- I. SOCIEDAD Y MEDIOS DE COMUNICACION DE MASAS
 - 1 Los medios de masas en las sociedades industriales
 - 2 Uso e influencia de los medios en las clases trabajadoras
- II. MEDIOS E INDUSTRIAS CULTURALES: EL PODER ECONOMICO DE LA INFORMACION
 - 1 Industrias de la conciencia.
 - 2 El ocio como mercancía
 - 3 Invasión de la privacidad.
 - 4 Los amos de la información: concentración, transnacionalización y colonización
 - 5 El deseable "Nuevo orden mundial"
- III. SISTEMA SOCIOPOLITICO Y OPINION PUBLICA EN LA CULTURA DE MASAS
 - 1 Opinión pública / opinión publicada
 - 2 Medios y cambio social.
 - 3 Influencia política de los medios
 - 4 Parlamento de papel: la democracia mediática
 - 5 Elecciones y sondeos
 - 6 Políticas comunicativas.
 - 7 La opinión pública dominante: apuestas políticas de los medios.
- IV. ACTITUDES, VALORES Y CREENCIAS DE LA CULTURA DE MASAS
 - 1 Voracidad y fruición de los grandes medios.

- 2 Configuración de la conciencia social.
- 3 Valores y creencias en los telefilmes.
- 4 Mensajes de la cultura de masas.

V. MAS ALLA DE LA LIBERTAD DE EXPRESION

- 1 La libertad de expresión como punto de partida.
- 2 Etica de/ para los medios.
- 3 Iniciativas ciudadanas ante los medios masivos
 - 3.1 Derechos del ciudadano.
 - 3.2 Control ciudadano del servicio público.
- 4 Cultura crítica ante la sociedad de masas
 - 4.1 Sociedad (de consumo) de masas.
 - 4.2 Austeridad ante los medios.
 - 4.3 Formación para la crítica de los mensajes masivos.

Apéndice: infancia y cultura audiovisual.

VI. POR UNA COMUNICACION LIBERADORA: ALTERNATIVAS A LOS MEDIOS MASIVOS

- 1 Experiencias alternativas de comunicación popular
- 2 La prensa del movimiento obrero.
- 3 Por una comunicación liberadora
 - 3.1 Democratización, socialización, alternativas
 - 3.2 Requisitos para una comunicación alternativa
 - 3.3 Sugerencias para usos liberadores

BIBLIOGRAFIA